



**HAL**  
open science

## Livres sur l'art : influence de l'actualité muséale et enjeux de permanence

Charlotte Pouhet

► **To cite this version:**

Charlotte Pouhet. Livres sur l'art : influence de l'actualité muséale et enjeux de permanence. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-03199238

**HAL Id: dumas-03199238**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03199238>**

Submitted on 15 Apr 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Master Professionnel Sciences Humaines et Sociales**  
**Mention Information et Communication**  
**Spécialité Métiers du Livre**  
**Option : Édition**  
**MASTER 2**

**Charlotte Pouhet**

**Livres sur l'art : influence de l'actualité muséale  
et enjeux de permanence**



Table dédiée à l'exposition *Le Douanier Rousseau, L'innocence archaïque*.  
Librairie du Musée d'Orsay. La nuit européenne des Musées, édition 2016.

© Charlotte Pouhet



# **Livres sur l'art : influence de l'actualité muséale et enjeux de permanence**

*Ce n'est pas rien d'être éditeur, ce n'est pas rien de publier.*

Annie Dufour

L'université de Paris Ouest Nanterre La Défense n'entend donner  
aucune approbation ou improbation aux opinions émises dans le mémoire.  
Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

## REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier ma directrice de recherche, M<sup>me</sup> Caille qui m'a accompagné pendant ces deux années, de l'élaboration de mon sujet à la rédaction de mon mémoire, pour ses conseils et ses précieuses recommandations. J'adresse également mes remerciements à M. Banos pour ses conseils et instructions lors de la soutenance de mon projet l'an passé.

Mon mémoire ne serait rien sans les onze témoignages de professionnels qui ont nourri mes questionnements et mon argumentation. Je les remercie sincèrement pour le temps qu'ils ont bien voulu m'accorder et leur bienveillance à mon égard : M<sup>me</sup> Sophie Chambonnière, éditrice au musée du Quai Branly ; M<sup>me</sup> Muriel Rausch, responsable du service éditorial du musée du Jeu de Paume ; M<sup>me</sup> Annie Dufour, responsable éditoriale du service éditorial du musée d'Orsay ; M<sup>me</sup> Marion Doublet, éditrice au pôle art des éditions Flammarion ; M<sup>me</sup> Béatrice Petit, responsable éditoriale aux éditions Hazan ; M<sup>me</sup> Geneviève Rudolf, directrice éditoriale des éditions Citadelles & Mazenod ; M<sup>me</sup> Lou Mollgaard, directrice de la communication en France aux éditions Taschen ; M<sup>me</sup> Marie-Rose Guarniéri, gérante de la Librairie des Abbesses ; Armelle Lainé Vairet, gérante de la librairie L'œil écoute ; M. Jean-François Chougnet, président du Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée et Jean-Philippe Babo, Adjoint au Chef du Département de la Création – pôle non-fiction au CNL ; Sébastien Rouault, Directeur Panel Livre chez GFK.

Je remercie enfin mes relectrices, Laura Simon et Marylène Pouhet pour leur œil aiguisé, Alexandre, pour sa présence et son soutien au quotidien, mes amis et ma famille, qui ont suivi de près ou de loin ce travail intense et mes parents, qui m'ont toujours accompagnée et soutenue dans mes choix d'orientation. Je dédie ce mémoire à mon papa qui m'a transmis sa passion pour les livres et l'art.

# Sommaire

Introduction.....	7
PREMIÈRE PARTIE : La naissance de la coédition : la publication conjointe de catalogues d'exposition par les éditeurs privés et publics.....	14
Chapitre I À l'origine de la coédition : une refondation des musées.....	15
1. 1970 -1980 : la redéfinition du Musée.....	16
2. La Circulaire Jospin : arbitrage d'un conflit entre établissement public et éditeur privé.....	18
3. Définir la coédition éditeurs publics-éditeurs privés.....	22
Chapitre II La coédition musées-éditeurs en pratique.....	25
1. Qui fait quoi : la répartition des tâches, une répartition variée et variable des rôles.....	25
2. La coédition de catalogues d'exposition, une remise en cause du rôle de l'éditeur privé ?.....	29
3. Le catalogue : ressource vitale pour les éditeurs d'art spécialisés ? Étude de cas : les Éditions Hazan.....	32
Chapitre III Un état des lieux de la coédition 2005-2015.....	35
1. Un encrage durable des acteurs.....	35
2. Le catalogue d'exposition, une solution à la crise du livre d'art ?.....	37
3. Conclusion de la première partie.....	44
DEUXIÈME PARTIE L'actualité muséale à l'origine de publications de livres sur l'art.....	45
Chapitre IV Les éditeurs de livres sur l'art confrontés au poids croissant de l'actualité muséale.....	46
1. Une définition de l'actualité.....	47
2. La hausse du nombre de titres « en lien » avec les expositions.....	49
3. Un basculement de la politique de l'offre à la politique de la demande dans le secteur de livres sur l'art ?.....	55
Chapitre V La place des lecteurs dans ce phénomène : le plébiscite des livres sur l'art en lien avec l'actualité muséale.....	59
1. Une hausse des titres liés à l'actualité muséale dans les classements des meilleures ventes et en librairie.....	59
2. Les libraires, témoins.....	62
3. Un possible portrait des lecteurs de livres sur l'art ?.....	66
Chapitre VI Une hybridation des formes de livres sur l'art ? Regard sur la forme et le contenu des livres sur l'art.....	73
1. Une esthétisation du livre sur l'art : le modèle Taschen.....	73
2. Quels contenus pour quelles catégories de livres sur l'art ?.....	77
3. Des livres sur l'art-produits dérivés ? Les cahiers de coloriages sur l'art.....	82
4. Conclusion de la deuxième partie.....	84

TROISIÈME PARTIE Le recul des livres de création : les éditeurs face à l'enjeu de permanence.....	85
Chapitre VII Les éditeurs de livres d'art confrontés aux exigences de rentabilité : la redéfinition des programmations.....	86
1. Des livres de créations moins nombreux.....	86
2. Une diversification nécessaire des thèmes publiés.....	88
Chapitre VIII Le CNL et la commission art, soutien à la création ?.....	93
1. Le CNL : missions et fonctionnement.....	93
2. Qui est aidé ? La sauvegarde des livres de création assurée ?.....	96
3. Le CNL en pratique : des livres de création sur la sellette ?.....	97
Chapitre IX Les éditeurs d'art à la recherche d'un équilibre pérenne ? Focus sur les éditions Citadelles & Mazenod.....	99
1. La diversification du catalogue : un élargissement des thèmes. L'éditeur d'art peut-il échapper au catalogue d'exposition ?.....	100
2. Un élargissement du public cible : un élargissement de la gamme de prix.....	102
3. Un modèle de diffusion particulier : le courtage, au plus près du lecteur. L'enjeu de fidélisation.....	103
4. Conclusion de la troisième partie.....	105
Conclusion.....	106
Bibliographie.....	109
Table des illustrations.....	112
Annexes	

## Introduction

« Le livre d'art, au sens large, d'architecture - de peinture - de sculpture - de design - de mode - d'artiste..., c'est le temps posé - le temps au temps - à l'ère de la vitesse, c'est le texte qui l'accompagne et le décrypte, l'enrichit, qui ouvre des fenêtres sur le monde. » Pascale Le Thorel, directrice des éditions des Beaux Arts de Paris, et responsable du secteur Art et Beaux-livres du Syndicat National de l'Édition, évoque, à travers cette définition du livre d'art, l'essence du livre : fixer le temps. Or, le livre d'art à l'image de la société, n'échappe pas à la réduction croissante et irréductible de l'espace temps, avec une forme de festivalisation de la culture à travers des événements courts comme les expositions. On peut alors se demander si le livre d'art peut encore maintenir le rythme alors même que dans ce secteur, publier et vendre s'avère de plus en plus difficile.

### Présentation du sujet

Rares sont les travaux scientifiques qui étudient la chaîne du livre en distinguant ses différents secteurs, celui du livre d'art ne fait l'objet de quasiment aucun ouvrage, et peu d'ouvrages généralistes le citent en exemple, puisque ce dernier fait figure de secteur fragile et menacé d'extinction. En conséquence, le livre d'art est souvent évoqué de façon allusive sans en distinguer ses différents sous-secteurs : livre de création, catalogue d'exposition, livre d'artiste, beau-livre... Cette étude naît du constat de la tendance de la plupart des éditeurs du secteur à se tourner vers l'actualité muséale, ce qui se traduit par une abondance de publications – ou rééditions – sur un même sujet sur un temps très court. Il m'a semblé que le rapport du secteur art à l'actualité muséale serait intéressant à étudier. Le musée, qui a jalonné mes recherches fera l'objet d'une définition approfondie en première partie, le concept d'actualité sera développé dans la deuxième.

En revanche, il me semble que l'introduction doit désamorcer immédiatement un élément de vocabulaire qui pourrait rendre confus les propos à venir. Or, il est bien difficile de définir le livre d'art. De quoi allons-nous parler ? Du beau-livre ? Livre illustré, qui accorde la part belle à l'iconographie, un *coffee-table book*, qu'il est plaisant de feuilleter, que l'on consulte de temps en temps de manière aléatoire ? Du livre d'art ? Livre illustré, dont le contenu vise la permanence, enrichi par des textes historiques et critiques qui se veulent légitimes, dans l'optique d'alimenter l'Histoire de l'art ? Du catalogue d'exposition ? Livre publié à l'occasion d'une installation éphémère – dédiée à un courant artistique, un auteur, un artiste etc. Le catalogue incarne le prolongement de l'exposition, il la fixe sur un support durable, permet au visiteur d'approfondir la visite hors du temps de l'exposition, d'enrichir ses connaissances et de retrouver, grâce au cartel, les informations sur les œuvres exposées. La notion de livre d'art était réductrice, puisqu'elle excluait le beau-livre et le catalogue, c'est pourquoi la notion de livre *sur* l'art m'est apparue comme la plus pertinente. De fait, elle permet de parler des trois types de livres sur l'art sans confusion, car la question de la dénomination des livres est ici d'autant plus problématique qu'il est de plus en plus difficile de distinguer un beau-livre d'un catalogue ou d'un livre d'art.

### **Problématique**

Comment, aujourd'hui, l'actualité culturelle et en particulier muséale, influence-t-elle les publications de livres sur l'art, et comment les acteurs de la chaîne du livre dépassent-ils l'opposition : actualité et permanence ? Cette problématique sera développée par le biais de trois axes de recherche.

### **Axes de recherche**

Un premier axe consistait à démontrer l'influence des programmations des musées sur les programmes de publication des éditeurs avec, à l'origine, le développement de la coédition. En établissant le principe de la coédition, la Circulaire Jospin a définitivement lié les publications des éditeurs d'art aux musées.

Un deuxième axe de recherche s'est articulé autour du constat d'une inflation des livres sur l'art liés à une actualité muséale au détriment des ouvrages dits de création. Quelles sont les conséquences de cette concentration d'ouvrages sur la diversité des publications de livres sur l'art ? Le plébiscite des lecteurs pour ces ouvrages, contribuerait à un basculement d'une politique d'offre à une politique de la demande chez les professionnels du livre d'art.

Enfin un dernier axe de recherche portait sur le rôle régulateur des institutions parapubliques<sup>1</sup> en tant que garantes de la diversité des publications et de la préservation d'une écriture de l'Histoire de l'art. De manière plus générale, il convient de s'interroger sur les ressorts des éditeurs pour conserver la publication d'ouvrages de création, dans l'optique d'une durabilité et d'un enrichissement du fonds.

---

<sup>1</sup> C'est à dire mixtes, composées de capitaux publics et privés

## Présentation du terrain

### Choix du terrain et limites

J'ai choisi de constituer un corpus d'entretiens avec des professionnels du secteur, afin de recueillir des témoignages d'expériences concrètes, afin de mieux connaître les enjeux du secteur et constituer une somme de données qualitatives. Ce corpus se compose de six éditrices, trois éditrices de pôles éditoriaux d'établissements publics<sup>2</sup> – puisque la coédition fait l'objet de recherches approfondies pour cette étude – puis trois éditrices de structures privées<sup>3</sup>. Enfin, la responsable commerciale des éditions Taschen, Lou Mollgaard, deux libraires<sup>4</sup>, le président du Mucem Jean-François Chougnat et Jean-Philippe Babo<sup>5</sup> complètent ce corpus. Pour des raisons de faisabilité, il m'était impossible d'interroger tous les acteurs de la chaîne éditoriale, bien que cela m'eût paru pertinent. J'ai préféré multiplier les points de vue de mêmes acteurs afin de pouvoir établir des recoupements et des distinctions.

### Présentation des lieux retenus

#### *Les établissements publics*

J'ai volontairement choisi trois musées de taille et de thèmes différents : les musées d'Orsay, du Jeu de Paume et du Quai Branly. Le musée d'Orsay est un des plus grands musées de France, il rassemble peinture et sculpture, thèmes classiques. Tandis que le musée du Jeu de Paume est une plus petite structure dédiée à la photographie. Enfin le musée du Quai Branly, de taille moyenne, se consacre aux arts primitifs et aux civilisations des cinq continents.

#### *Les maisons d'édition*

J'ai rencontré trois éditrices. Les éditions Hazan m'ont semblé pertinentes pour refléter une maison spécialisée en art, qui publie à la fois des catalogues et des ouvrages de création, les éditions Citadelles & Mazenod en tant que structure indépendante, qui ne publie pas de catalogues et enfin les éditions Flammarion, dont le pôle art fait partie des leader du marché. Enfin, pour mieux connaître les éditions allemandes Taschen,

---

<sup>2</sup> Annie Dufour au musée d'Orsay ; Sophie Chambonnière au musée du Quai Branly ; Muriel Rausch au musée du Jeu de Paume

<sup>3</sup> Marion Doublet aux éditions Flammarion ; Béatrice Petit aux éditions Hazan ; Geneviève Rudolf aux éditions Citadelles & Mazenod

<sup>4</sup> Marie-Rose Guarnéri à la Librairie des Abbesses ; Armelle Lainé Vaillet à la librairie L'œil écoute

<sup>5</sup> Adjoint au Chef du Département de la Création – pôle non-fiction au CNL

incontournables du paysage éditorial des livres sur l'art, j'ai rencontré la directrice commerciale de la maison en France.

### *Les librairies*

La rencontre des libraires m'est apparue nécessaire pour appréhender la commercialisation des livres d'art ainsi que le public de ces ouvrages puisque les libraires sont les seuls à le côtoyer directement. Une des librairies, la librairie des Abbesses, réserve une grande part aux livres d'art, tandis qu'à la librairie L'œil écoute, ces livres sont moins représentés.

### *Les institutions*

La rencontre d'un membre de la commission Art du Centre National du Livre, m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement de cet établissement qui subventionne différents secteurs de la chaîne du livre. Enfin, l'interview de Jean-François Chougnet, ancien responsable de la RMN, a nourri mes recherches concernant de la construction de la coédition entre établissement public et éditeur privé.

Ce corpus, loin d'être exhaustif m'a tout de même permis d'enrichir mes recherches d'informations qui ne se trouvaient pas dans les ouvrages, relatives au fonctionnement de la coédition de catalogues d'exposition ou encore de la commission Art du CNL par exemple.

## Présentation de la méthode

Mes recherches ont été nourries de données qualitatives, par le biais d'entretiens avec les professionnels du secteur du livre d'art et quantitatives via la constitution d'un corpus d'exposition et le recensement des publications liées à ces dernières entre 2005 et 2015.

### Les entretiens semi-directifs

Les entretiens ont des grilles d'entretien adaptées aux interviewés et je m'en suis parfois écarté afin de garantir la fluidité des échanges avec les professionnels. Les témoignages recueillis viennent appuyer mes arguments tout au long de cette étude.

### Comparaison des tâches des coéditeurs

L'examen de la répartition des tâches entre éditeurs privés et établissements publics repose sur la comparaison de quatre entretiens – les trois éditrices de pôles éditoriaux des musées et l'éditrice du pôle Art des éditions Flammarion. Cette comparaison a pour objectif de questionner le rôle de chacun dans la coédition de catalogues d'exposition.

### Corpus de musées et de leurs expositions en 2005 et 2015

Un corpus de musées parisiens et de leurs expositions, au nombre de quinze, a permis de montrer qui étaient les éditeurs privés acteurs de la coédition et de mettre en évidence l'augmentation des livres « en lien » avec les expositions, publiés dans le temps de l'exposition.

### Analyse et comparaison d'un corpus de livres publiés à l'occasion d'une exposition

L'analyse de cinq livres publiés à l'occasion de l'exposition *Elisabeth Louise Vigée Le Brun* au Grand Palais (septembre 2015-janvier 2016) – leur couverture et le paratexte de ces ouvrages – visait à démontrer la variété des positionnements des éditeurs sur ce type de publications.

### Bibliographie

Enfin, une bibliographie a bien sûr nourri ces recherches, la presse spécialisée avec notamment les dossiers « Livres d'art » de *Livres Hebdo*, mais aussi les écrits dédiés aux musées, aux politiques culturelles, aux livres d'art ont permis la problématisation et la résolution de ce sujet.

## **Annonce du plan**

L'argumentation de ce mémoire se déroulera en trois temps.

Un premier temps sera dédié à la naissance du principe de la coédition entre établissements publics et éditeurs privés, avec une focalisation sur le fonctionnement de cette dernière et les enjeux qui en découlent.

Ensuite, un temps sera consacré aux publications « en lien » avec l'actualité des musées, avec une définition du concept d'actualité et de l'événement culturel, ainsi qu'un examen de l'évolution de la production dans ses formes et ses contenus.

Pour terminer, il s'agira de s'interroger sur l'enjeu majeur du secteur art, confronté à une diminution des livres de création au catalogue des éditeurs : dépasser le temps court de l'actualité et garantir la pérennité des ouvrages.

## PREMIÈRE PARTIE

La naissance de la coédition : la publication  
conjointe de catalogues d'exposition par les  
éditeurs privés et publics

## Chapitre I

### À l'origine de la coédition : une refondation des musées

S'intéresser au rapport entre les musées et l'édition de livres sur l'art implique de parler de l'Histoire des musées, de leur évolution. En effet la coédition entre établissement public - appellation commune aujourd'hui - et éditeur privé de livres sur l'art est une pratique récente qui naît d'un bouleversement du musée et d'un développement accru de nouveaux espaces culturels. Ainsi, en retraçant la période clé d'évolution des musées à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, il pourra être démontré que ce sont de nouvelles politiques culturelles et des tensions entre le musée devenu éditeur de livres, et les éditeurs privés de livres d'art qui font naître la coédition, et posent les fondements du secteur tel qu'il est organisé aujourd'hui. Il est possible de distinguer trois temps : le développement accru des musées à partir de la fin des années 1970 et le développement croissant des activités de la Réunion des musées nationaux, le mouvement de contestation des éditeurs de livres sur l'art, qui aboutit à la publication de la Circulaire dite Jospin en 1998, et enfin la mise en place progressive, ces vingt dernières années, d'une activité conjointe d'édition entre les éditeurs privés et les établissements publics : la coédition.

## 1. 1970 -1980 : la redéfinition du Musée

La fin des années 1970 marque un tournant dans la manière de concevoir ce que doit être un musée. Pour preuve, le lieu lui-même fait l'objet d'une redéfinition au sens propre. Etymologiquement, le mot *musée* trouve ses origines dans l'Antiquité, le *museum* étant décrit par Varron ou Suétone comme l'« endroit consacré aux Muses, aux études [ou encore] un musée, une bibliothèque, une académie »<sup>6</sup>. En 1970 le musée est repensé et l'Icom, le Conseil international des Musées propose cette définition :

*Le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique, et notamment les expose à des fins d'étude, d'éducation et de délectation*<sup>7</sup>.

Cette nouvelle définition du musée donne en quelque sorte la vision de ce que qu'ils doivent être : non seulement un lieu de réunion de collections, de conservation mais aussi un lieu d'exposition et de transmission. Le musée n'a plus uniquement la fonction d'étude et de recherche mais aussi celle de diffusion des œuvres au plus grand nombre. Ce questionnement sur ses différentes fonctions dans les années 1970 préfigure ce que Françoise Benhamou nommera « la fièvre muséale ».

Dans les années 1980, une politique de grands travaux a lieu et elle découle directement d'une période cruciale pour la culture impulsée par André Malraux. En 1959 un ministère des Affaires culturelles est créé. Puis il prend le nom de ministère de la Culture dans les années 1970 sous le mandat de Valéry Giscard d'Estaing, (d'abord secrétariat d'État, puis en 1974, ministère). André Malraux a fait de la culture une question et un enjeu politique avec la création des Maisons de la Culture dans une optique de décentralisation des lieux de culture hors de Paris. Cette « politique de développement culturel<sup>8</sup> » se poursuit à travers un « développement de l'offre<sup>9</sup> » avec de grands projets pour rénover, étendre et construire de nouveaux musées. L'expression « fièvre muséale » reflète cette période d'ébullition et de folie bâtisseuse pour rendre accessible les œuvres au public. Cette effervescence est significative à

---

<sup>6</sup> GAFFIOT Félix *Dictionnaire latin-français*. Hachette Éducation. p.1005 et entrée « musée », Dictionnaire du CNRTL en ligne | URL : <http://www.cnrtl.fr/etymologie/mus%C3%A9e> (consulté le 01/04/17).

<sup>7</sup> POULOT Dominique | *Musée et muséologie*. La Découverte, « Repères », 2009. pp.8-9

<sup>8</sup> POULOT Dominique | *Op. cit.* p.60

<sup>9</sup> BENHAMOU Françoise | *L'économie de la culture*. La Découverte, « Repères », 2011. p.50

Paris : en 1977 est inauguré le Centre Pompidou, en 1981 débute le projet Grand Louvre qui consiste à doubler la surface d'exposition en déplaçant le ministère des Finances et en 1985 et 1986 sont inaugurés les Musées Picasso et d'Orsay. Les grands musées de province sont également rénovés, s'agrandissent, comme c'est le cas à Grenoble où les travaux d'une nouvelle structure débutent en 1990. Ces grands travaux s'accompagnent d'une hausse significative de la fréquentation. En dix ans le nombre de visiteurs est multiplié par 1,6 soit 6,4 millions de visiteurs supplémentaires<sup>10</sup>. Le Louvre gagne à lui seul un peu plus de deux millions de visiteurs et le musée d'Orsay, ouvert au public en 1986 passe en quatre ans de 1,3 à 3 millions de visiteurs.

*Évolution des entrées dans les musées nationaux  
(payantes et gratuites, en millions d'entrées)<sup>11</sup>*

	1980	1982	1984	1986	1988	1990
Louvre	3,2	2,6	3	2,7	3	5,3
Versailles	2,8	3,4	3,6	3,4	3,5	4,1
Orsay	-	-	-	1,3	3,2	3
Autres musées nationaux	3,4	3,7	3,9	3	3,6	3,4
<b>Total des entrées</b>	<b>9,4</b>	<b>9,7</b>	<b>10,5</b>	<b>10,4</b>	<b>13,3</b>	<b>15,8</b>

Sources : DMF/DEP (Ministère de la culture et de la Communication)

Dans le même temps, la pluralité des musées impose à chacun d'entre eux de se distinguer pour attirer toujours plus de visiteurs. Dominique Poulot décrit « un basculement des musées de dépôts vers des musées d'expos » avec la nécessité d' « acquérir désormais la notoriété par les manifestations temporaires qu'ils organisent et qui leurs permettent d'exprimer un point de vue, une originalité<sup>12</sup>. » La culture est devenue un objet politique et dans le même temps un objet économique qui modifie l'organisation des musées. Le nouveau statut de la Réunion des Musées Nationaux

<sup>10</sup> Voir tableau sur l'Évolution des entrées dans les musées nationaux (payantes et gratuites, en millions d'entrées), ci-après

<sup>11</sup> DONNAT Olivier | *Les publics des musées en France*. In : *Public et Musées*, n°3, 1993. p.42

<sup>12</sup> POULOT Dominique | *Op. cit.* p.16

acquis le 14 novembre 1990 en est le révélateur. Devenue un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC), la RMN acquiert de nouvelles fonctions économiques entraînant des exigences de rentabilité non sans conséquences sur l'essence des musées. Françoise Benhamou analyse ce phénomène dans l'ouvrage *L'économie de la culture* et démontre l'impact de ce changement de statut avec une forme de contradiction entre le musée comme « institution permanente, à but non lucratif » tel qu'il a été défini par l'ICOM et son industrialisation qui, au-delà de sa mission de service public, intègre profondément la question économique dans son fonctionnement.

*L'économie des musées semble ainsi symptomatique de l'économie de l'ensemble des domaines de l'art ; ballotés entre des objectifs contradictoires, soumis plus qu'on ne le croit aux aléas des conjectures économiques et politiques, gérant des "événements" à la manière des entreprises de spectacle vivant, passant à l'assaut des marchés industriels de produits dérivés [...] les musées intègrent progressivement la dimension économique de la décision tout en tentant de préserver leur image<sup>13</sup>.*

Parmi ces produits dérivés, le catalogue d'exposition s'installe durablement comme l'objet de l'exposition.

*La mise en place de services chargés de commercialiser des produits dérivés afin de trouver des recettes nouvelles n'est pas allée sans heurt. Ces produits, lancés par les musées américains [...], constituent une source de recette croissante. Les catalogues d'exposition sont devenus un élément concurrentiel pour les éditeurs d'art<sup>14</sup>.*

Cette incursion du musée et plus particulièrement de la RMN dans l'industrie du livre redistribue les cartes du paysage éditorial du livre sur l'art avec l'arrivée d'une structure publique qui concurrence directement un secteur privé réputé fragile.

## 2. La Circulaire Jospin : arbitrage d'un conflit entre établissement public et éditeur privé

Le secteur Art est peu traité dans les ouvrages universitaires, je n'ai trouvé aucun livre dédié à ce secteur comme il peut en exister sur le secteur Jeunesse ou Sciences-Humaines et rares sont les ouvrages généraux qui prennent pour exemple le secteur Art dans leurs démonstrations. C'est pourquoi, afin de m'informer sur les origines de la Circulaire Jospin qui donne naissance à la coédition telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui, j'ai recueilli les propos d'un acteur du changement du statut de la RMN et

---

<sup>13</sup> BENHAMOU Françoise | *Op. cit.* p.57

<sup>14</sup> BENHAMOU Françoise | *Op. cit.* p.53

témoin de l'établissement de la Circulaire, Jean-François Chougnat, actuel président du Mucem<sup>15</sup>.

La Circulaire du 20 mars 1998, relative à l'activité éditoriale des administrations et des établissements publics de l'État dite « Circulaire Jospin » débute par le constat suivant : la hausse des publications éditoriales au sein des administrations et établissements publics, et la nécessité de contenir toute possibilité de concurrence avec le secteur privé. Il est nécessaire de préciser ici qu'elle ne concerne pas uniquement les musées et la RMN, mais il est intéressant de rechercher les origines de cette circulaire et de comprendre l'influence qu'a pu avoir le secteur privé d'édition de livres sur l'art. Jean-François Chougnat évoque une « grogne » de la part du SNE, le Syndicat National de l'Édition, particulièrement influent dans l'industrie du livre et plus particulièrement de la « commission art » :

*La Circulaire est l'aboutissement d'une contestation assez forte qui commence dans les années 1992-1993 [...]. Les contestations provenaient du Syndicat National de l'Édition qui était alors présidé par Serge Eyrolles des éditions du même nom. Au sein du Syndicat National de l'Édition il y a des groupes thématiques notamment un groupe «Art» qui existe toujours je crois, avec des gens à l'époque assez actifs et qui reprochaient à un certain nombre d'éditeurs publics, disons de statut public pour être plus précis, un peu le Centre Pompidou mais surtout nous à la RMN, plusieurs choses. D'abord le fait de ne pas travailler à armes égales sur le plan de la disponibilité des fonds iconographiques, puisque les musées disposent d'une photothèque qui permet en interne dans une certaine mesure d'avoir une iconographie disponible gratuite. Les critiques étaient plus particulièrement dirigé vers les musées nationaux parce qu'à l'époque on a fait une réforme assez importante qui a eu lieu en 1991, dont je me suis occupée, qui était la transformation de la RMN en établissement public industriel et commercial. La RMN disposait d'une force de frappe beaucoup plus importante, doublée par l'arrivée de vrais professionnels de l'édition ce qui n'était pas le cas avant. La responsable éditoriale, Anne de Margerie venait elle-même de l'édition privée, il y a eu une augmentation assez importante du volume des nombres de titres aussi. C'était une époque de croissance des fréquentations de musées, enfin il y a tout un ensemble de facteurs, rénovation de l'outil, une fréquentation accrue avec en plus des expos, qui ont eu de très gros succès, notamment au Grand Palais de Toulouse Lautrec, La collection Barnes<sup>16</sup>. Un petit âge d'or disons des musées français, notamment des musées nationaux, donc une croissance assez forte du chiffre d'affaires de la RMN. J'ai du y rester quatre-vingt ans, je crois qu'on avait triplé le chiffre d'affaires<sup>17</sup>, une croissance colossale. Donc disons que le SNE a*

---

<sup>15</sup> Le Mucem est le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, inauguré en 2013 à Marseille.

<sup>16</sup> *De Cézanne à Matisse. Chefs-d'œuvre de la Fondation Barnes* | septembre 1993-janvier 1994, musée d'Orsay.

<sup>17</sup> **HUA Régine** | Mémoire d'étude. *Les éditions de la Réunion des Musées Nationaux*. ENSSIB, 1992. p. 7  
« Les services éditoriaux et commerciaux de la RMN comptent plus de 500 personnes et leur chiffre d'affaires commercial a dépassé 250 millions de F pour 1991. Les éditions (livres, images et audiovisuel) ont à elles seules représenté 46 % de ce C.A., soit environ 116 millions de francs. On peut estimer que la partie livres représente environ les 2/3 de cette somme. »

*commencé à faire des lettres de protestations, surtout sur l'aspect que je viens de mentionner : "vous êtes en concurrence déloyale" en quelque sorte, ils le disaient d'ailleurs tel quel parce que "vous avez accès au sujet avant les autres, vous êtes en même temps libraire" – ce qui est vrai car la RMN - ce qui n'est pas le cas du Centre Pompidou - était également libraire avec la capacité de comprimer un peu les marges. Ce n'était pas violent, mais donc nous à la RMN on en a parlé avec notre ministère des tutelles qui a été saisi. Le Ministère de la Culture a été interpellé car il était en même temps chargé d'une régulation du monde de l'édition [...]*

Ce témoignage apporte plusieurs informations sur les origines de la Circulaire. Tout d'abord, elle naît de la contestation, de la part de la structure syndicale de l'édition – première concernée sur le sujet puisqu'elle a pour objet l'édition et la publication de livres – de la publication de livres par les administrations et établissements publics. Très vite le débat se recentre sur un type d'établissements – les musées – et sur une structure d'édition publique, la RMN.

Comme l'annonce Françoise Banhamou, citée plus haut, les musées commercialisent des produits dérivés dont les catalogues d'exposition. La nomination d'Anne de Margerie comme responsable éditoriale de la RMN montre une professionnalisation et une structuration de la RMN avec un pôle éditorial organisé, et l'apport de professionnels du secteur privé, spécialisés dans ce secteur. Que les critiques émanent donc du secteur art de l'édition privée trouve alors une justification. Ces derniers perçoivent une menace directe sur leur secteur d'activité : le livre sur l'art. Une grande part des musées parisiens ayant pour thème des domaines artistiques, la question d'une concurrence possible entre les livres publiés par la RMN et les livres du secteur art peut se poser. Cependant, la suite du témoignage de J.-F. Chougnnet détaille davantage les motifs du conflit et les multiples enjeux pour les éditeurs privés :

*En fait, une partie des éditeurs d'art étaient eux-mêmes très partagés. Je me souviens d'un déjeuner au SNE où j'étais sur la sellette. En fait il y avait des petits éditeurs, indépendants à l'époque qui ne le sont plus vraiment d'ailleurs, comme Hazan par exemple, c'était un des plus agressif dans l'affaire, Eric Hazan réclamait en gros de faire des coéditions, il réclamait sa part de gâteau. Et puis de l'autre côté vous aviez des éditeurs qui n'étaient absolument pas dans la logique coédition. Flammarion par exemple, qui était dans une autre structure capitalistique que le groupe actuel, qui était dans une logique qui consiste à dire : vous nous piquez du marché par rapport à notre marché traditionnel du beau-livre, du livre cadeau. Donc déjà dans l'approche de la concurrence, il y avait différentes conceptions, là où ils étaient tous d'accord entre eux, c'était sur un accès plus facile aux fonds iconographiques, sur ce point ils se réunifiaient très facilement pour des raisons évidentes. Donc le front n'était pas complètement unifié non plus, il s'est cristallisé à un moment en raison de la grande progression du chiffre d'affaires de la RMN, c'est cela qui a mis le feu aux poudres.*

Le rapport Grohens, commandé par le Lionel Jospin en 1997, et dont les conclusions ont servi à l'élaboration de la Circulaire, dresse un panorama de l'édition publique et se penche sa place dans les différents secteurs éditoriaux. Le secteur Art apparaît comme l'un des plus problématiques, bien qu'il y ait peu d'éditeurs publics pour ce secteur, la part que représente le secteur Art et Beaux-livres est elle-même faible.

*Compte tenu de la taille respective de ces secteurs éditoriaux et de celle des acteurs publics y intervenant, ce n'est pas dans les secteurs où les éditeurs publics sont les plus nombreux que le poids du secteur public est le plus élevé, mais effectivement dans les secteurs Art et Cartes géographiques<sup>18</sup>.*

En effet, une des particularités du secteur Art à l'époque est qu'il concerne majoritairement de petits éditeurs indépendants, les deux grands groupes concentrés d'édition – Hachette et l'actuel Editis – n'ont pas de pôle d'édition. Ils possèdent seulement une maison d'édition d'art, c'est le cas d'Hachette après le rachat des éditions Hazan en 1996. Il est d'ailleurs difficile de trouver des chiffres précis à la fin des années 1990, la distinction Art et Beaux-livres n'est pas toujours faite, le secteur est même parfois intégré au secteur Pratique. À titre indicatif, le secteur Beaux-arts en 2010 représente 4 % du chiffre d'affaires de l'édition et 2 % en volume d'exemplaires vendus<sup>19</sup>. Or, le secteur art et Beaux-livres représente 15 % des secteurs éditoriaux de l'édition publique avec 29 % de part de chiffre d'affaires total de l'édition publique selon le rapport Grohens :

*Les principaux secteurs éditoriaux représentés dans l'édition publique sont, en termes de titres publiés, l'économie et le droit (31 %), les sciences humaines et sociales (25 %), l'éducation (19 %) et le **secteur art/beaux livres (15 %)**. Les résultats sont un peu différents en termes de chiffre d'affaires ; deux secteurs se partagent plus de 50 % du chiffre d'affaires de l'édition publique : **le secteur art/beaux livres avec 29 % du total (alors qu'il ne représente que 15% des titres publiés)** et le secteur des cartes géographique avec 28 % du total (alors qu'il ne représente que 6 % des titres publiés), les autres secteurs se partageant les 43% restants (économie/droit : 14 %, éducation : 13 % et sciences humaines et sociales : 12 %). Le secteur scientifique, technique et médical, représenté par quatre éditeurs, ne totalise que 4 % du nombre de titres publiés et 3 % du chiffre d'affaires réalisé<sup>20</sup>.*

Nous pouvons alors supposer que c'est cet écart et cette part élevée de chiffre d'affaires qui est à l'origine de la fixation des principes de la coédition entre éditeur

---

<sup>18</sup> GROHENS Jean-Claude | *Sur les relations entre le secteur public et le secteur privé dans le domaine de l'industrie éditoriale : rapport au Premier ministre*. Septembre 1997

<sup>19</sup> Service du livre et de la lecture et de l'Observatoire de l'économie du livre | *Le secteur du livre : les chiffres clés 2010-2011*. Mars 2012

<sup>20</sup> GROHENS Jean-Claude | *Op. cit.*

public et privé. Quels sont-ils ? La sous-partie suivante s'attachera à examiner le mode de fonctionnement de la coédition.

### 3. Définir la coédition éditeurs publics-éditeurs privés

La partie qui concerne directement les éditeurs d'art dans la Circulaire Jospin n'est pas centrale, nous en dégagerons ici des éléments qui viennent fixer la pratique de la coédition entre éditeur public de musées et éditeur d'art privé. Le principe de la coédition ne devient pas obligatoire avec l'établissement de cette Circulaire :

*5. 3. Les coéditions entre le secteur public et le secteur privé sont recommandées, lorsqu'elles permettent de rapprocher les savoir-faire ou de renforcer les capacités d'intervention propres à chaque partenaire, pour les investissements comme pour la diffusion<sup>21</sup>.*

Comme l'indique le point 5 alinéa 3, la pratique de la coédition est « recommandée(s) », mais il nous renseigne sur ce qu'est la coédition dans ce cadre précis. En effet, la coédition éditeur public de musée et éditeur privé de livres d'art ne fait pas l'objet d'une définition spécifique, ce qui impose de nous pencher brièvement sur cette question.

Pour Serge Eyrolles dans *Les 100 mots de l'édition*<sup>22</sup>, la coédition est une association de nature économique entre deux éditeurs pour publier un livre avec comme objectif un partage des coûts, de création et de fabrication. Il mentionne également le terme de coproduction qui désigne un partenariat entre un éditeur qui publie le livre et un autre qui participe économiquement à sa réalisation via l'achat déterminé en amont d'un nombre conséquent d'exemplaires. Cette définition décrit une coédition entre éditeurs, de nature plutôt internationale. En effet, l'association de deux éditeurs privés français concurrents sur un même titre n'est pas une pratique courante. La coédition s'entend également dans une dimension internationale que Philippe Schuwer, dans le *Traité pratique de l'édition*<sup>23</sup>, définit comme « un accord pour la traduction d'ouvrages illustrés conçus et réalisés par un éditeur détenteur du copyright, qui cède à un ou plusieurs éditeurs étrangers des droits d'édition<sup>24</sup> ». Un élément de définition de la coédition entre éditeurs nationaux apparaît en note de bas de page toutefois :

---

<sup>21</sup> **JOSPIN Lionel** | *Circulaire du 20 mars 1998 relative à l'activité éditoriale des administrations et des établissements publics de l'État*. JORF n°69 du 22 mars 1998. p.4301

<sup>22</sup> **EYROLLES Serge** | *Les 100 mots de l'édition*. PUF, « Que sais-je ? » n° 3850, Paris, 2009. p. 33

<sup>23</sup> **SCHUWER Philippe** | *Traité pratique de l'édition*. Cercle de la librairie, Paris, 2002. p.516

<sup>24</sup> **SCHUWER Philippe** | *Op. cit.* p. 516

1. Soulignons que le terme « coédition » s'applique également à des publications, illustrées ou non, paraissant dans une même langue, cosignées par deux éditeurs (ou organismes, institutions, sociétés, ministères, etc.). [...] En règle générale, un des coéditeurs, assurera la diffusion et la distribution. Le copyright mentionne les noms des coéditeurs, détenteurs des droits d'édition<sup>25</sup>. [...]

Cette définition de la coédition, que l'on pourrait appeler nationale, – dans la même langue, par deux éditeurs d'un même pays, donnant lieu à un seul livre – rejoint ce qu'énonce la Circulaire comme étant les objectifs de cette pratique : « rapprocher les savoir-faire ou (de) renforcer les capacités d'intervention propres à chaque partenaire, pour les investissements comme pour la diffusion<sup>26</sup> ». La Circulaire définit la coédition entre éditeur public et éditeur privé comme un partenariat technique, avec une mutualisation des savoir-faire, ainsi qu'économique, avec les notions d'investissements financiers et de diffusion. La notion de partenaire employée ici est essentielle, la coédition est un partenariat au sens d'une collaboration entre deux acteurs<sup>27</sup>. Il s'agit donc davantage d'un travail conjoint et mutualisé, ce que la coédition au sens de cession de droit et de traduction d'un ouvrage d'un pays à un autre, n'inclut pas forcément. La coédition de catalogues d'exposition est une coédition à part, aux fonctionnements propres. Or, elle prend tout son sens pour les musées publics qui ne font pas partie de la Réunion des musées nationaux et donc n'ont pas vocation à publier par leurs propres moyens et qui pourtant doivent diffuser des contenus. Le huitième point de la circulaire évoque en exemple ces musées qui trouvent alors dans la coédition avec l'éditeur privé un partenaire technique et économique.

Or c'est précisément dans les années 1990, alors que les musées se transforment, multiplient les actions événementielles avec le développement des expositions, que la recherche de partenaires devient vitale. Ce phénomène est décrit par D. Bayard et J.-P. Benghozi dans *Le Tournant commercial des musées en France et à l'étranger*<sup>28</sup> comme une recherche de valorisation des compétences face aux problèmes de financements « par l'édition, la location d'espaces, la cession de licences, l'organisation et la location d'exposition [...] à s'intéresser aux techniques de marketing et de communication, [...] à apprendre de nouveaux métiers, liés directement à la vente, à la gestion des stocks (le déploiement de boutiques et l'édition de catalogues) ». Dans

---

<sup>25</sup> SCHUWER Philippe | *Op. cit.* p. 515

<sup>26</sup> JOSPIN Lionel | *Op. cit.*

<sup>27</sup> Entrée « partenariat », Dictionnaire Larousse en ligne |

URL : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/partenariat/58354> (consulté le 04/04/17)

<sup>28</sup> BAYARD Denis, BENGHOZI Jean-Pierre | *Le tournant commercial des musée en France et à l'étranger*. La Documentation Française, « Département des Études », Paris, 1993

une logique de rentabilité de plus en plus prégnante, les musées publics – mais aussi privés – tendent à rationaliser leurs pratiques de communication et de promotion, sans appareil technique (création graphique, fabrication, impression), le recours à la branche privée de l'édition d'art qui dispose de cette connaissance et des moyens matériels nécessaires à la publication comporte un double intérêt : une expertise mais aussi une économie financière puisque le musée n'est pas seul à s'investir financièrement dans les publications.

## Chapitre II

### La coédition musées-éditeurs en pratique

#### 1. Qui fait quoi : la répartition des tâches, une répartition variée et variable des rôles

Pour répondre à la question de la répartition des tâches entre éditeurs privés et établissements publics – pour notre sujet, les musées – pas de mode d’emploi précis, la circulaire Jospin du 22 mars 1998 définit ce que doit être la coédition sur le principe, moins en pratique. C’est à travers des cas concrets, par le biais d’entretiens qu’il est possible d’entrapercevoir le rôle de chacun. Parmi les professionnels rencontrés, quatre pratiquaient régulièrement la coédition, trois éditrices de trois pôles éditoriaux d’établissement publics (Musée du Jeu de Paume, Musée du Quai Branly, Musée d’Orsay) et une éditrice du pôle Art des Editions Flammarion. C’est en comparant leurs témoignages qu’il est permis de dresser un état des lieux des usages en vigueur. Le premier constat est celui d’une diversité des pratiques, l’éditrice de Flammarion annonce : « Il n’y a vraiment que des cas particuliers je dirais. Ça dépend des partenaires. [...] Les coéditions c’est à chaque fois différent. »

On comprend alors aisément l’absence d’un mode d’emploi de la coédition éditeur privé-établissement public, il n’y a pas de répartition des rôles préétablie. Cependant, en comparant les propos des différents acteurs interrogés, plusieurs facteurs émergent. La répartition des tâches dépend beaucoup de la structure de l’établissement public : dispose-t-il d’un pôle éditorial ou non ? Pour l’éditeur privé, le catalogue est un livre à peu près comme les autres. C’est le travail en coédition qui modifie la manière de faire un livre dans le sens où elle multiplie les acteurs et change la gestion des tâches. En effet, si l’établissement public ne dispose pas de pôle éditorial, les compétences techniques nécessaires à la réalisation du livre ne se situent que du côté de l’éditeur. Pour résumer schématiquement, l’établissement public intervient plus en amont dans la conception du projet, l’établissement du sommaire et il assure le fond, tandis que l’éditeur privé assure la forme et la diffusion. Si l’établissement public dispose d’un pôle éditorial, les cas de figures se multiplient. Les trois éditrices d’établissements publics

interrogées, faisaient toutes partie d'un pôle éditorial. Précisons ici que les trois musées choisis sont volontairement de tailles différentes, avec des taux de fréquentation différents (le musée d'Orsay totalisant 3,4 millions d'entrées en 2015, le Quai Branly 1,3 million d'entrées, le Jeu de Paume 235 000 entrées<sup>29</sup>) donc aux problématiques de publications distinctes (nombre de publications par an, taille des expositions, etc.). Des tendances communes sont toutefois visibles en début et en fin de chaîne éditoriale. J'ai décomposé une chaîne de huit étapes afin de rendre visible la répartition des tâches entre éditeur d'établissement public et éditeur privé :

- 1) la définition du projet (choix de l'auteur, des textes, établissement du sommaire),
- 2) l'editing (préparation des textes, corrections),
- 3) la maquette (élaboration de la maquette par un graphiste et montage du livre),
- 4) l'iconographie,
- 5) la forme du livre (format, couverture),
- 6) la fabrication (choix du papier, gravure, devis),
- 7) distribution (gestion des stocks, approvisionnement),
- 8) la commercialisation du livre.

La première étape de définition du projet est le plus souvent réservée à l'établissement public, en raison de l'implication massive des acteurs de l'exposition dans le catalogue qui en assure la fixation et le prolongement du contenu. La gestion des textes revient alors à l'éditeur public :

*[...] j'interviens moins dans la réalisation même, je suis plus là pour vérifier et contrôler que le propos des auteurs correspond avec ce que le Musée souhaite divulguer comme contenu avec le commissaire<sup>30</sup>.*

*[...] en général nous on règle la question des contrats d'auteurs et des textes puisque c'est le commissaire de l'exposition qui propose le sommaire du catalogue. C'est souvent des auteurs qui nous parlent qui nous contactent et nous ça nous permet de conserver en cas d'itinérance tous les droits des textes. Et puis c'est le contenu intellectuel, c'est vraiment ce que l'on apporte à la coédition donc pour nous c'est très très important de garder ça<sup>31</sup>.*

À travers ces deux témoignages on comprend que le pôle d'édition public d'un musée assure un contrôle du respect des textes, de leur fidélité à la ligne donnée à

---

<sup>29</sup> **Observatoire économique du tourisme parisien** | *Enquête : fréquentation des sites culturels parisiens en 2015*. Office de tourisme de Paris, 2016

<sup>30</sup> **CHAMBONNIÈRE Sophie** | Éditrice au service éditorial du Musée du Quai Branly (retranscription de l'entretien en Annexe N° I)

<sup>31</sup> **RAUSCH Muriel** | Responsable du service éditorial du Musée du Jeu de Paume (retranscription de l'entretien en Annexe N° II)

l'exposition par le directeur du musée, le commissaire d'exposition et les différents historiens qui participent à son élaboration et à la rédaction des textes du catalogue. À l'autre bout de la chaîne, la distribution est quant à elle toujours assurée par l'éditeur privé, et c'est un des fondements de la coédition établissement public-éditeur privé, puisque le statut des musées ne leur permet pas de commercialiser les ouvrages. Leur diffusion est assurée par l'éditeur privé à l'exception de la librairie du musée. Au-delà de ces étapes aux extrémités de la chaîne éditoriale, la définition du « qui fait quoi » se complexifie d'avantage.

Le coéditeur public est plus ou moins impliqué selon plusieurs facteurs : les compétences techniques relatives à l'édition d'un catalogue dont il dispose et l'effectif du pôle éditorial. L'équipe du musée du Jeu de Paume se compose comme suit : une responsable éditorial, une éditrice et une graphiste :

*Alors on a une organisation un peu particulière peut-être par rapport à d'autres institutions puisqu'on gère aux éditions à la fois les catalogues d'exposition qui sont commercialisés mais aussi l'ensemble des documents gratuits tout ce qui est production d'affiches, cartons d'invitation, petits journaux gratuits etc. [...] On est une petite équipe donc de toute façon on ne pourrait pas gérer 12 catalogues par ans à trois personnes en faisant tout de A à Z<sup>32</sup>.*

Le pôle du musée d'Orsay est un peu plus important :

*On est 5. Il y a moi, deux éditeurs assistants, quelqu'un qui fait la recherche icono – tout est internalisé chez nous – et on a une assistante qui fait du juridique, du financier et elle fait aussi de l'édition, avant on avait un apprenti mais on en a pas pris cette année et on fait toutes les publications d'information aussi, on fait tous les dépliants. Donc on n'est pas une très grosse équipe. Au Louvre ils sont deux fois plus, à Beaubourg ils sont plus<sup>33</sup>.*

On constate que d'autres tâches peuvent être greffées au pôle éditorial d'un musée en plus de la gestion des catalogues, comme la production de tous les documents imprimés en lien avec l'exposition (dépliants, affiches, documents informatifs). Ces publications annexes qui, comme pour le catalogue, gravitent autour des expositions et des collections permanentes expliquent en partie le degré d'implication du pôle éditorial public. Le fonctionnement des trois pôles éditoriaux retenus est intéressant à comparer<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> RAUSCH Muriel | *Idem*

<sup>33</sup> DUFOUR Annie | Responsable du service éditorial du Musée d'Orsay (retranscription de l'entretien en Annexe N° III

<sup>34</sup> Annexe XII | *La coédition en pratique : répartition des tâches*

Au musée du Quai Branly, la part la plus importante du pôle éditorial consiste dans la définition du projet et le contrôle tout au long de la chaîne de la conformité et de la fidélité des propos des auteurs. Au Jeu de Paume, une répartition à 50-50 des tâches semble davantage d'usage :

*Nous ensuite on garde la main sur tout ce qui est contrat d'auteur, tous les contenus qui sont liés à l'exposition et on travaille en étroit lien avec l'éditeur pour la mise en page, et même toute la fabrication du catalogue. Donc une fois qu'il est choisi c'est vraiment un échange avec eux jusqu'à la livraison et l'éditeur fait en général la diffusion en librairie.<sup>35</sup>*

Enfin le Musée d'Orsay semble renverser la tendance avec une implication supérieure à l'éditeur privé dans la production de l'ouvrage. « Les livres d'Orsay sont vraiment faits à Orsay<sup>36</sup>. » À chaque étape le musée assure en interne la gestion des tâches ou bien s'implique davantage dans la part réservée à l'éditeur privé comparé aux deux autres musées observés.

*Pour Orsay, ce qui se passe le plus habituellement c'est qu'Orsay assure tout l'editing des catalogues, des livres, de la définition du concept à quasiment donner des fichiers à l'éditeur qui assure lui majoritairement la fabrication, la commercialisation, etc. En sachant qu'en fonction des coéditeurs on travaille en bonne intelligence à se soumettre réciproquement des choix de maquette, de sommaire, mais la production vraiment éditoriale est faite chez nous en interne. [...] En général, avec l'accord de l'éditeur privé encore une fois, on prescrit un graphiste avec qui on a envie de travailler. [...] Oui c'est un graphiste extérieur et comme on suit le livre c'est nous qui briefons<sup>37</sup>.*

Le choix du graphiste relève ici également du pôle éditorial du musée, mais au-delà du simple choix, les échanges avec le graphiste se font avec ce dernier, ils ne sont pas confiés à l'éditeur privé.

Est-ce une coïncidence si le musée le plus visité de notre corpus soit aussi le plus impliqué dans la coédition ? On ne saurait l'affirmer totalement ici. Cependant en faisant l'inventaire des expositions de l'année 2015 des musées d'Orsay et du Jeu de Paume on recense respectivement 12 expositions<sup>38</sup> (expositions « hors les murs » incluses<sup>39</sup>). L'effectif du pôle éditorial du musée n'est donc pas proportionnel au nombre d'expositions. On peut émettre ici l'hypothèse qu'il s'agit davantage d'une question de

---

<sup>35</sup> RAUSCH Muriel | *Idem*

<sup>36</sup> DUFOUR Annie | *Idem*

<sup>37</sup> DUFOUR Annie | *Idem*

<sup>38</sup> Sites officiels des musées d'Orsay et du Jeu de Paume, rubriques : Archives expositions | URL : <http://www.musee-orsay.fr/fr/evenements/expositions/archives.html>  
<http://www.jeudepaume.org> (consultés le 04/05/17)

<sup>39</sup> Au musée d'Orsay : expositions internationales, en région et musée de l'Orangerie | Au Jeu de Paume : Château de Tours et en région.

budget alloué au pôle éditorial pour l'établissement public qui impacte l'implication de l'éditeur public dans la coédition.

## 2. La coédition de catalogues d'exposition, une remise en cause du rôle de l'éditeur privé ?

La question qui se pose ici est de savoir si au fond, l'éditeur privé, lorsqu'il est associé à un établissement public dans le cadre d'une coédition, devient ou non une sorte de prestataire, dépossédé de son autonomie et de son indépendance. Dans la mesure où nous avons constaté précédemment, qu'en pratique, les tâches relevant de la genèse du livre (choix de l'auteur, établissement du sommaire, et même le sujet de l'ouvrage, pour remonter encore plus en amont), sont plutôt réservées à l'établissement public, la question est donc légitime. Or ce thème n'est abordé dans aucun des livres consultés dans le cadre de mes recherches, plus étonnant, la question n'est pas posée dans la presse spécialisée comme le magazine *Livres Hedbo*, qui pourtant consacre chaque année un dossier au Livre d'art et qui interview directement les professionnels de l'édition. Il semble d'ailleurs impossible d'obtenir des éléments de réponse en dehors des expériences concrètes des éditeurs privés mais aussi publics à ce sujet. Pour cela, en entretien, la question du rapport éditeur privé-éditeur public a été posée aux éditeurs.

Un premier élément de réponse se trouve peut-être dans le processus de sélection d'un coéditeur privé pour une publication. Le système de l'appel d'offres, procédure par laquelle l'établissement public propose des ouvrages en coédition garantit la liberté de l'éditeur privé de candidater ou non. Ainsi, on peut supposer que l'éditeur privé est libre de postuler pour les catalogues d'exposition qu'il juge en accord avec sa ligne éditoriale. Au musée d'Orsay la logique va même plus loin puisque c'est la ligne éditoriale de l'éditeur privé qui détermine le choix du coéditeur – comme critère de sélection. Mais ici pas d'appel d'offres, c'est le musée qui choisit son coéditeur directement. « [...] quand vous avez un monsieur qui s'appelle Jean Clair qui est un très très grand historien de l'art qui a fait *Mélancolie*, qui a fait *Crimes et châtiments*, Jean Clair c'est un auteur Gallimard, je ne vais pas faire un appel d'offres<sup>40</sup> ». La sélection du coéditeur privé, avec ou sans appel d'offres, repose sur des critères de compétences professionnelles :

*[...] nous mettons en ligne des appels d'offre sur notre site internet très régulièrement, répond qui veut, ensuite on a quand même des critères d'analyse, pour schématiser si un*

---

<sup>40</sup> DUFOR Annie | *Idem*

*éditeur de cuisine répond on va considérer que ce n'est pas tout à fait approprié. Donc on choisit parmi les propositions tarifaires, l'adaptation de l'éditeur aux projets, s'il est plus habitué à travailler sur des ouvrages contemporains ou des catalogues historiques etc<sup>41</sup>.*

Lorsque les éditrices sont interrogées sur la manière de travailler en coédition, les éditeurs publics sont plus loquaces et la notion de confiance semble prégnante :

*Oui mais on travaille quand même assez à la **confiance**, enfin j'espère, ils savent que je ne suis pas complètement évanescence et que je sais faire un budget donc quand je leur dis que c'est rentable ou pas rentable je ne mens pas au coéditeur<sup>42</sup>.*

*Oui après il y a des équipes que l'on retrouve et avec qui on travaille vraiment en **confiance**. Nous notre parti pris c'est de travailler en **confiance**, ce n'est pas un simple prestataire notre éditeur, ce n'est pas : on lui donne les éléments et on ne le revoit plus jusqu'à... On a des réunions bien sûr, on se parle quotidiennement au téléphone, on travaille beaucoup par mails, pdf etc. Mais c'est vraiment une relation de travail très étroite<sup>43</sup>.*

Quand l'éditrice du musée du Jeu de Paume précise « ce n'est pas un simple prestataire notre éditeur » il semble qu'un élément de réponse émerge. Il ne semble pas y avoir entre l'éditeur privé et l'éditeur public un rapport de domination, qu'il me semblait nécessaire de questionner, même si aucune réponse catégorique ne peut et ne veut être énoncée ici. Cela explique peut être la pérennité du système de coédition tel qu'il est pratiqué aujourd'hui. La coédition est bien un partenariat qui engage deux parties. C'est cet engagement égal des deux éditeurs – différent du contrat de licence où le pouvoir est entre les mains de celui qui détient la marque où l'éditeur est peut-être davantage prestataire. Ce qui expliquerait cette relation de confiance et un travail conjoint. En effet, sans l'éditeur privé, l'établissement public ne peut pas publier de catalogue – pour des raisons législatives avec la Circulaire Jospin, économiques avec les coûts que ces publications entraînent, et pratiques puisqu'il ne dispose pas de toutes les compétences nécessaires. De l'autre côté, l'éditeur privé trouve dans la coédition avec les musées un partenaire économique : « L'avantage c'est que ça assure en quelque sorte des ventes de livres, ça divise le risque par deux<sup>44</sup> » mais aussi une fenêtre de visibilité sur le marché du livre d'art : « Pour nous parfois la question qui se pose c'est simplement d'être présent, des questions d'image, des choses comme ça, plus que de

---

<sup>41</sup> RAUSCH Muriel | *Idem*

<sup>42</sup> DUFOUR Annie | *Idem*

<sup>43</sup> RAUSCH Muriel | *Idem*

<sup>44</sup> DOUBLET Marion | Éditrice du pôle Art des Éditions Flammarion (voir retranscription de l'entretien en Annexe N° VI)

rentabilité stricte<sup>45</sup>. » L'éditeur privé a également un rôle majeur de conseil, notamment en matière commerciale :

*Quand Jérôme Gilles qui est un vrai commercial pur et dur me dit : Annie votre format, là, ça ne va pas, je le change, si Jérôme me dit ça je l'écoute. Quand Sophie me disait : on a vu les commerciaux, le visuel ça ne va pas passer, je l'écoutais, comment dirais-je, moi je connais mon musée, je connais mon marché, eux ils connaissent des choses que je ne connais pas et quand ils me font une critique pas une remarque je les écoute<sup>46</sup>.*

Notons également que les équipes des établissements publics travaillent régulièrement avec les mêmes équipes éditoriales privées. La pratique répétée de la coédition entraîne une organisation, une connaissance des méthodes de chacun.

*Après ce sont des années de travail, cela dépend avec quel coéditeur je travaille, après, quand c'était Jean-François Barrielle qui était quand même le dieu de l'édition d'art, on discutait ensemble d'un sommaire ou des choses comme ça, mais il me disait : c'est votre responsabilité scientifique de faire un catalogue, et après ils se sont habitués à ce que moi je fasse comme cela, en même temps c'est intéressant pour eux parce qu'ils ont le business sans avoir le travail. Après je lui montrais les maquettes [Jean-François Barrielle], Jérôme Gilles maintenant je lui montre les maquettes mais... C'était différent chez Flammarion avec Sophie Laporte parce qu'on travaillait vraiment de la même manière toutes les deux donc on partage beaucoup, on discute beaucoup, on se passe les mêmes fournisseurs, on rencontre un graphiste on se l'envoie l'une à l'autre, on discute de forme de livres [...]<sup>47</sup>.*

D'autant plus qu'il est intéressant de constater que les trois éditrices d'établissement public interrogées proviennent du milieu professionnel de l'édition. Par exemple, Sophie Chambonnière au Musée du Quai Branly : « au départ j'ai travaillé plutôt dans des entreprises privées, que ce soit Flammarion, Somogy, c'était du livre illustré et plus particulièrement du livre d'art », ou Muriel Raush : « moi j'ai travaillé dans le privé il y a 15-20 ans ». Cette appartenance au même groupe professionnel explique peut-être cette vision de la coédition et la conception de la relation entre éditeur public et privé.

---

<sup>45</sup> DOUBLET Marion | *Idem*

<sup>46</sup> DUFOUR Annie | *Idem*

<sup>47</sup> DUFOUR Annie | *Idem*

### 3. Le catalogue : ressource vitale pour les éditeurs d'art spécialisés ?

#### Étude de cas : les Éditions Hazan

Depuis plusieurs années, les dossiers annuels « Livre d'art » du magazine *Livres Hebdo* présentent un secteur du livre d'art en crise, qui malgré une production plutôt à la hausse peine à assurer des ventes, avec une part de marché autour de 3,5 %<sup>48</sup>. Dans le même temps les articles font la part belle au catalogue d'exposition, devenu une ressource pour les éditeurs privés.

*Malgré des fermetures inquiétantes de librairies et de maisons d'édition, l'année 2012 a été, grâce au succès des catalogues, moins chahutée que les années précédentes dans le secteur du livre d'art. Les éditeurs tiennent le cap en allant chercher le lecteur là où il se trouve, dans les musées et les foires [...]*

*C'est le succès des catalogues qui a permis de tirer le rayon et d'équilibrer les comptes des éditeurs<sup>49</sup>.*

*Alors que se profile la Nuit européenne des musées, le samedi 17 mai, l'édition d'art a fini par approvoiser ces partenaires essentiels que sont les institutions pour surfer sur la vague des expositions sans s'y noyer<sup>50</sup>.*

En effet, rares sont les éditeurs d'art à ne pas éditer de catalogues d'exposition. Parmi les leaders du secteur (Madrigall 8,4 % de parts de marché, Hachette 8,2 %, Taschen 7,4 % et La Martinière 6,9 %<sup>51</sup>) seul l'éditeur allemand Taschen ne pratique pas la coédition avec des établissements publics. Comme étudié plus haut, la coédition est un investissement aux risques limités, avec un engagement financier de l'éditeur privé et de l'éditeur public. Et si le catalogue était devenu une ressource indispensable aux éditeurs de livres sur l'art ? Le cas des éditions Hazan est particulièrement intéressant puisqu'il s'agit d'un éditeur d'art dans les têtes du marché et pour qui le catalogue d'exposition représente près de la moitié des publications. Pour preuve, sur les deux éditrices en charge du suivi des titres, l'une d'elles s'occupe uniquement les catalogues d'exposition. Pour l'année 2015, sur 52 titres, 25 sont édités en coédition soit 48 % de la production totale répartis comme suit : 5 albums d'exposition, 3 comptes rendus de

---

<sup>48</sup> SNE (Syndicat National de l'Édition) | *Chiffres clés de l'édition 2015, données 2014* – catégorie Art et Beaux-livres. URL : [http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2014/08/chiffrescles\\_juin2015.pdf](http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2014/08/chiffrescles_juin2015.pdf) (consulté le 04/05/17)

<sup>49</sup> *Livres Hebdo* | Dossier Livres d'art. N°950, avril 2013, p.57-58

<sup>50</sup> *Livres Hebdo* | Dossier Livres d'art. N°1041, mai 2015, p.49

<sup>51</sup> *Livres Hebdo* | Dossier Livres d'art. N°1085, mai 2016, graphique « Les principaux éditeurs »

cycles de conférences et colloques (avec les éditions du Louvre) et 17 catalogues d'exposition.

En regardant de plus près ces coéditions trois tendances se dessinent. La première, une présence sur les grandes expositions parisiennes, parmi lesquelles deux au musée du Louvre (*Poussin et Dieu*<sup>52</sup>, *Une brève histoire de l'avenir*<sup>53</sup>), deux au musée d'Orsay (*Pierre Bonnard. Peindre l'Arcadie*<sup>54</sup>, *Qui a peur des femmes photographes, 1839 à 1945*<sup>55</sup>). La deuxième, un positionnement sur les expositions en Province ou à l'étranger parmi lesquels le musée Ixelles à Bruxelles, la ville de Monaco, le musée Picasso d'Antibes, le Mucem à Marseille, la ville de Montpellier et le Carré d'art à Nîmes. Enfin la dernière tendance, des coéditions avec des établissements privés comme le musée Marmottan-Monet (*La toilette, naissance de l'intime*<sup>56</sup>, *Villa Flora. Les temps enchantés*<sup>57</sup>) ou encore l'exposition *Les clés d'une passion* à la Fondation Louis Vuitton<sup>58</sup>. Au sujet des catalogues d'exposition, Béatrice Petit – responsable des livres de création – explique leur part importante au catalogue de cette façon :

*R : [...] une maison de livres d'art ne peut plus, est obligée aussi de faire des catalogues d'expo, mais ce n'est pas déshonorant du tout quand je dis ça. C'est parce que là commercialement, au niveau des chiffres c'est beaucoup plus clair.*

*Q : Parce qu'il y a la coédition ?*

*R : Oui et puis Hazan fait tous les catalogues d'exposition du Musée Marmottan.*

*Q : Vous avez une exclusivité ? Parce qu'il est indépendant ?*

*R : Oui. De toute façon la RMN fait ses catalogues toute seule. Après nous on a fait des catalogues parce que le Louvre s'était mis en indépendant et ne faisait plus les catalogues avec la RMN. Et puis le savoir faire du catalogue on l'a vraiment, ça fait longtemps.*

Pouvoir s'assurer des ventes est une préoccupation majeure et le compte d'exploitation est devenu un outil incontournable des éditeurs. Le positionnement des

---

<sup>52</sup> *Poussin et Dieu*, Musée du Louvre | 5 avril-29 juin 2015, 136 000 visiteurs selon *l'Enquête : fréquentation des sites culturels parisiens en 2015*. Office de tourisme de Paris, 2016.

<sup>53</sup> *Une brève histoire de l'avenir*, Musée du Louvre | 11 septembre 2015-24 janvier 2016, 115 000 visiteurs, selon la même enquête.

<sup>54</sup> *Pierre Bonnard. Peindre l'Arcadie*, Musée d'Orsay | 17 mars-19 juillet 2015, 510 412 visiteurs, selon la même enquête.

<sup>55</sup> *Qui a peur des femmes photographes, 1839-1945*, Musée d'Orsay et de l'Orangerie | 14 octobre 2015-25 janvier 2016, 232 794 visiteurs selon la même enquête.

<sup>56</sup> *La toilette, naissance de l'intime*, Musée Marmottan-Monet | 12 février-5 juillet 2015, chiffres de fréquentation non communiqués.

<sup>57</sup> *Villa Flora. Les temps enchantés*, Musée Marmottan-Monet | 10 septembre-7 février 2016, chiffres de fréquentation non communiqués.

<sup>58</sup> *Les clés d'une passion*, Fondation Louis Vuitton | 1<sup>er</sup> avril-6 juillet 2015, 380 644 visiteurs, selon la même enquête.

éditions Hazan sur les grandes expositions parisiennes, aux taux de fréquentation importants, assure des potentiels de vente plus importants. Il est intéressant de noter le partenariat entre Hazan et le musée Marmottan-Monet. Ce dernier organise en moyenne deux expositions par an et a vu son taux de fréquentation presque doubler en 2014, passant de 240 000 à 400 000 visiteurs, en cause, deux expositions à succès : *Impression soleil levant* (100 000 visiteurs) et *Les impressionnistes en privé* (280 000 visiteurs)<sup>59</sup>. Ce partenariat fixe avec Hazan garantit à l'éditeur deux catalogues d'exposition par an.

---

<sup>59</sup> France info | Article en ligne (22/12/2014): *Le musée Marmottan a doublé sa fréquentation en 2014 grâce aux impressionnistes*. URL : <http://culturebox.francetvinfo.fr/arts/peinture/le-musee-marmottan-a-double-sa-frequentation-en-2014-grace-aux-impressionnistes-208141> (consulté le 05/05/17)

## Chapitre III

### Un état des lieux de la coédition 2005-2015

#### 1. Un encrage durable des acteurs

En recherchant qui a publié les catalogues d'exposition des musées de notre corpus, pour rappel : Centre Pompidou, Grand Palais, Institut du Monde Arabe, Jeu de Paume, Musée Carnavalet, Musée d'Art Moderne, Musée d'Orsay, Musée du Louvre, Musée du Luxembourg, Musée du Quai Branly, Musée Jacquemart-André, Musée Marmottan-Monet, Musée Picasso, Musée Rodin et Palais de Tokyo, en 2005, puis en 2015 on constate différentes strates d'implication des éditeurs privés dans la publication de catalogues. Il faut cependant être prudent dans la lecture de ces analyses puisque le corpus est volontairement restreint dans une optique de faisabilité. Il ne vise en aucun cas à dire de manière catégorique qu'un éditeur présent en 2005 et pas en 2015, n'édite plus de catalogues, mais davantage à distinguer des tendances, entre des éditeurs bien installés dans le secteur du catalogue de musées parisiens, pour qui le catalogue d'exposition fait partie intégrante du programme d'exposition, des éditeurs présents de manière plus aléatoire. Le corpus est pour cela volontairement varié : dans les thèmes (art contemporain avec le Centre Pompidou, le Musée d'Art Moderne ; sculpture avec le Musée Rodin ; photographie au Musée du Jeu de Paume) et dans les proportions (des grands musées de Paris aux plus confidentiels).

Premièrement, une présence durable de certains éditeurs privés se fait sentir. En effet, il y a une permanence de certains acteurs privés, parmi eux les éditions Gallimard, Flammarion et Hazan, également leaders du secteur du livre d'art, on peut d'ailleurs faire l'hypothèse qu'il ne s'agit pas d'un hasard, la publication de catalogues constituant une part importante de la production et donc peut-être du chiffre d'affaires.

Deuxièmement, on remarque un acteur régulier, les éditions Somogy, maison de livres d'art spécialisée dans la coédition de catalogues. Les éditions Actes Sud et Skira apparaissent en 2005 et en 2015, ce qui fait de ces maisons des partenaires installés dans le paysage éditorial du catalogue d'exposition de notre corpus. Ensuite, on dénombre des éditeurs privés, présents plus d'une fois sur une seule des deux années. Il est intéressant de constater que ces éditeurs, présents plus d'une fois, réalisent des catalogues avec les mêmes musées. En 2015, citons Les Presses du réel qui publie cinq catalogues en coédition avec le Palais de Tokyo, les éditions Xavier Barral, deux

catalogues avec le Centre Pompidou, ou encore les éditions Photosynthèses et leurs deux catalogues avec le musée du Jeu de Paume. En 2005, seules les éditions 5Continents illustrent ce cas de figure avec cinq catalogues publiés avec le musée d'Orsay et le musée du Louvre. Enfin, il y aurait un dernier ensemble avec des éditeurs qui éditent un catalogue pour un des musées du corpus de manière plus ponctuelle. Cet ensemble est en 2005 représenté par les éditions Marval, NBC, Steidl, Nouveau Monde, Nicolas Chaudin et Jeanne Laffitte ; en 2015 par les éditions Dilecta, Fage, Filigranes, Photosynthèse et Seuil. Qui sont ces maisons, quels sont leurs critères communs ou distinctifs ?

2005		
Maison d'édition	Date de création	Spécialité
Jeanne Laffitte	1978, Marseille	reproduction de livres anciens, histoire régionale
Marval	1969, Paris	photographie
NBC	–	–
Nouveau Monde	2000, Paris	histoire et sciences-humaines
Nicolas Chaudun	2004, Paris	Histoire de l'art, architecture, photographie
Steidl Verlag	1972, Allemagne	photographie
2015		
Maison d'édition	Date de création	Spécialité
Dilecta	2005	livres d'artistes, catalogues
Fage	2003, Lyon	livres d'arts, catalogues

Filigranes	1989, Paris	photographie, art
Seuil	1935, Paris	généraliste

Il est intéressant de constater que la plupart sont des éditeurs spécialisés en art. L'examen de leur site internet révèle pour une majeure partie qu'ils sont actifs dans la publication de catalogues d'exposition. Ainsi les éditions Fage, jeune maison d'édition lyonnaise créée en 2003, compte 359 titres à son catalogue<sup>60</sup> dont 91 catalogues d'exposition, soit un peu plus de 25 % de sa production. Une part significative d'entre eux sont des éditeurs d'art très spécialisés, notamment dans la photographie (3 sur 10), ils sont naturellement plus présents sur les expositions de photographie de notre corpus, au Musée du Jeu de Paume tout particulièrement : en 2005, les éditions Steidl Verlag et en 2015, les éditions Photosynthèse et Filigranes coéditent avec le musée du Jeu de Paume deux catalogues d'exposition de photographie. On peut donc conclure que bien que ces éditeurs soient peu représentés dans notre étude, ils sont pourtant actifs dans la publication de ces ouvrages, notamment à l'échelle régionale.

## 2. Le catalogue d'exposition, une solution à la crise du livre d'art ?

Le raccourci peut être tentant : pour vendre plus de livre d'art il faut publier plus de catalogues. En examinant les réponses des éditrices d'établissement public au sujet des tirages moyens il semble pourtant que le panorama de la coédition établissement public-éditeur privé se complexifie. En effet, l'évolution des tirages moyens du musée du Jeu de Paume est à la baisse :

*Quand je suis arrivée au Jeu de Paume il y a 6 ans on prenait facilement 2 000 catalogues en vente à la librairie pour un photographe historique maintenant si on en prend 1 000 c'est vraiment vraiment beaucoup et l'art contemporain on devait être à 1 000 et là on est à 500. Donc ça baisse. C'est toujours difficile de déterminer un tirage, on a parfois des bonnes surprises mais c'est très très très très rare. On est devenus très prudents car on a vraiment eu de gros gros échecs<sup>61</sup>.*

On constate ici une baisse de 50 % du tirage moyen et avec une tendance qui dure : les expositions d'art contemporain entraînent moins de vente que les expositions davantage historiques. Or pour un tirage à 500 exemplaires, l'ouvrage n'est pas

<sup>60</sup> **Éditions Fage** | Site de la maison d'édition Fage, rubrique : catalogue par collection.

URL : <http://www.fage-editions.com/> (consulté le 07/05/17)

<sup>61</sup> **RAUSCH Muriel** | *Idem*

rentable. Le musée qui publie un catalogue dans le cadre de sa mission de service public recherche alors d'autres ressources parmi lesquelles le recours à des financements via l'association des *Amis du Jeu de Paume* qui permet de diminuer le prix du catalogue afin de le rendre plus attractif et accessible ou bien un partenaire – un autre établissement – qui accueille l'exposition en itinérance prenant alors à sa charge la moitié des coûts fixes de production (les droits d'auteurs notamment). La coédition se double alors d'un partenariat afin de diminuer les frais engagés.

Le phénomène est inversé au musée d'Orsay avec une hausse du tirage moyen en dix ans. Pour un sujet pointu le tirage moyen commence à 4 000 exemplaires, 10 000 exemplaires si l'exposition est très attendue. Annie Dufour, responsable du pôle éditorial du musée explique cette progression ainsi :

*Il y a eu plusieurs choses, un changement des typologies d'expositions qui étaient assez grand public, qui étaient novatrices qui ont attiré plus de monde, on a quand même été parmi les premiers musées à changer de typologie de catalogues à faire des catalogues moins gros, plus grand public entre guillemets et avec une esthétique plus beaux livres. Ça commence à être un peu plus généralisé mais les catalogues d'Orsay ne ressemblent pas aux catalogues du Louvre par exemple, c'est assez évident. Donc nous on a plutôt eu des belles ventes ces dernières années [...]*

Cependant il faut nuancer cette tendance avec des tirages moyens pour le musée de l'Orangerie et pour les expositions qui ont lieu au cinquième étage du musée d'Orsay, les expositions les plus pointues étant souvent situées au cinquième étage et les plus populaires au rez-de-chaussée. Les facteurs qui font le succès d'une exposition et des ventes ne tiennent pas qu'au lieu. Les expositions d'art contemporain peuvent entraîner moins de ventes, et le caractère pointu d'une exposition est également un critère.

Le lien semble alors logique : plus il y a de visiteurs, plus il y a de potentiel de vente sur les catalogues en volume. Il faut regarder quelques expositions, comparer le nombre de visiteurs et le nombre de catalogues vendus, pour se rendre compte des ventes que peuvent représenter les catalogues. Tout en sachant qu'il arrive qu'un lecteur achète un catalogue sans en avoir vu l'exposition, mais cela ne constitue pas toutefois, la majorité des cas. Parmi les expositions choisies, pour l'année 2015, des expositions phares, intermédiaires et plus confidentielles. Le tableau ci-dessous présente le pourcentage de visiteurs ayant acheté un catalogue d'exposition. Ce ratio est indicatif (il ne tient pas compte du fait que les visiteurs sont parfois des enfants qui n'achètent pas de catalogue ou encore de visiteurs en couple qui achèteraient un catalogue pour deux). Il me paraît toutefois utile pour dégager des tendances et des conclusions. Tout d'abord, les ratios

sont faibles, même pour les expositions phares, le pourcentage de visiteurs ayant acheté le catalogue ne dépasse pas les 7 %.

*Ratio du nombre de visiteurs et du nombre de catalogues vendus*

<b>Exposition</b>	<b>Lieu</b>	<b>Nombre de visiteurs</b>	<b>Catalogues vendus</b>	<b>Ratio en %</b>
Elisabeth Louise Vigée Le Brun	Grand Palais	236 818	15 325	<b>6,5</b>
Fragonard amoureux	Musée du Luxembourg	184 432	7 697	<b>4,2</b>
Warhol Unlimited	Musée d'art moderne	186 160	7 313	<b>4</b>
Jean Paul Gaultier	Grand Palais	418 721	14 497	<b>3,5</b>
La Passion selon Rama	Musée d'art moderne	27 291	890	<b>3,3</b>
Velásquez	Grand Palais	478 833	15 226	<b>3,2</b>
Hip-Hop, du Bronx aux rues Arabes	Institut du Monde arabe	64 338	1 681	<b>2,6</b>
Maroc Contemporain	Institut du Monde arabe	88 003	1 147	<b>1,3</b>

Sources : Rapports d'activité des Musées 2015

Un deuxième constat s'impose : l'absence d'une logique proportionnelle (nombre de visiteurs, nombre de catalogues vendus) car une exposition au taux d'entrées plus faible qu'une autre peut dénombrer un nombre de catalogues vendus plus important. Par exemple, l'exposition *Elisabeth Louise Vigée Le Brun*, au nombre de visiteurs plus faible que *Velásquez*, totalise plus de catalogues d'exposition vendus. En effet plusieurs facteurs entrent en ligne de compte : le thème de l'exposition, son caractère original, le prix du catalogue, quel public s'est déplacé bien que, ici encore, l'idée qu'un public aisé

achètera plus de catalogues d'exposition ne se vérifie pas toujours. Prenons pour exemple deux expositions qui ont eu lieu à l'Institut du Monde Arabe en 2015 : *Le Maroc contemporain*<sup>62</sup> et *Hip Hop, du Bronx aux rues Arabes*<sup>63</sup>. Le tableau ci-dessous vise à comparer le nombre de visiteurs avec le nombre de catalogues vendus.

*Tableau comparatif de deux expositions à l'Institut du Monde Arabe*

<b>Exposition</b>	<b>Nombre de visiteurs</b>	<b>Nombre de catalogues vendus</b>
<i>Le Maroc Contemporain</i>	88 003	1 147
<i>Hip Hop, du Bronx aux Rues Arabes</i>	64 338	1 681

Source : Rapport d'activité de l'Institut du Monde Arabe 2015

On constate qu'une l'exposition *Hip Hop, du Bronx aux rues Arabes*, qui a rassemblé moins de visiteurs a cependant généré plus de ventes de catalogues. Comment expliquer ce résultat ? Un premier présupposé serait que l'exposition *Hip Hop* a duré moins longtemps que celle sur *Le Maroc Contemporain*. Or, c'est l'inverse, *Le Maroc Contemporain* totalise six mois de présence (exposition initialement prévue sur quatre mois – octobre 2014-janvier 2015, elle a été prolongée jusqu'en mars 2015). Autre présupposé, un public plus aisé donc au pouvoir d'achat plus important s'est davantage déplacé à l'exposition *Hip Hop*. Or le rapport d'activité de l'IMA souligne pour cette exposition que « Le public était composé à 42 % de jeunes, une proportion très importante par rapport à la fréquentation traditionnelle de l'IMA. » Reste alors la question du prix. L'autre présupposé serait que le catalogue d'exposition de *Hip Hop* était moins cher. Ici, cette hypothèse se vérifie, il s'est vendu au prix de 20€ pour 120 pages, quant à celui du *Maroc Contemporain*, il s'est vendu au prix de 25€ pour 184 pages. Cet exemple, qui n'a pas prétention à être un modèle, illustre ici la complexité et l'imprévisibilité du succès d'une exposition mais aussi de son catalogue. Un point commun à ces deux expositions est intéressant à soulever : le très faible ratio entre le nombre de visiteurs et de catalogues vendus. 1,3 % de visiteurs ont acheté le catalogue de *Maroc Contemporain* contre 2,6 % pour *Hip Hop*.

<sup>62</sup> *Le Maroc Contemporain*, Institut du Monde Arabe | 15 octobre 2014-1<sup>er</sup> mars 2015

<sup>63</sup> *Hip Hop, du Bronx aux rues arabes*, Institut du Monde Arabe | 28 avril-26 juillet 2015

Il faut aussi signaler que toutes les expositions ne rencontrent pas leur public ce qui peut considérablement impacter les éditeurs privés. Bien que la fréquentation annuelle des musées augmente en continu depuis des années (voir tableau de l'Évolution de la fréquentation des musées en France de 2004 à 2015 ci-dessous – excepté en 2015, chiffre sur lequel nous reviendrons plus loin), les musées et les expositions n'enregistrent pas les mêmes taux de fréquentation. On peut même avancer l'hypothèse qu'un grand écart se creuse entre les musées à fort rayonnement et les musées plus confidentiels. Or si le taux de fréquentation d'une exposition impacte le taux de vente de catalogues comme nous l'avons démontré plus haut, en assurant une visibilité plus importante à mesure que l'exposition a du succès, tous les catalogues d'exposition ne sont pas forcément source de rentabilité.

*Évolution de la fréquentation des musées en France  
de 2004 à 2015*

2004	2005	2006	2007	2008	2009
44 595	44 949	49 474	51 192	55 768	56 482
2010	2011	2012	2013	2014	2015
57 495	59 517	61 978	63 455	64 875	61 500

Sources : DMF/DEP (Ministère de la culture et de la Communication)

Toutes les éditrices rencontrées (d'établissement public ou de maison d'édition privée) ont évoqué des ventes faibles de catalogues pour telle ou telle exposition. Annie Dufour au Musée d'Orsay revient sur la vente de catalogues de l'exposition *Charles Gleyre*<sup>64</sup> :

*R : [...] Charles Gleyre je savais que ça n'allait pas bien se vendre, ça je ne tombe pas des nues, ça s'est vraiment très mal vendu.*

*Q : Vous considérez cela comme un flop ?*

*R : Ce n'est pas un flop dans le sens où c'est un livre scientifique, très pointu et que c'est notre mission d'établissement public. C'est un livre qui reste, de référence pour les chercheurs, mais ce n'est pas un livre grand public on le savait. Mais c'est vrai que depuis 6 mois on est très instables.*

<sup>64</sup> *Charles Gleyre (1806-1874). Le romantique repent, Musée d'Orsay | 10 mai-11 septembre 2016*

Béatrice Petit évoque le fait que les ventes ne sont pas toujours assurées : « Oui mais il y en a qui ne marchent pas forcément des catalogues d'expo. » Muriel Rausch au musée du Jeu de Paume atteste de la baisse des tirages moyens à 500 exemplaires pour les catalogues des expositions d'artistes d'avant-garde et contemporains :

*R : On est devenus très prudents car on a vraiment eu de gros gros échecs.*

*Q : Et pour être rentable avec 500 exemplaires ?*

*R : C'est très compliqué. C'est pour cela que c'est important d'avoir des partenaires en itinérance parce que là on partage les coûts fixes en fait, tout ce qui est droit d'auteur est partagé, donc quand on n'a pas d'itinérance on galère, après on demande des aides aux amis du Jeu de Paume parce que sinon on y arrive pas, c'est vrai que parfois c'est tendu.*

Jusqu'à l'année dernière, pour compenser les catalogues d'expositions aux ventes plus faibles, le musée du Quai Branly organisait ses appels d'offres par lot de coédition. Ce procédé consistait à réunir plusieurs catalogues d'exposition en lot pour lequel un éditeur privé dépose une candidature. Ce lot est équilibré entre des catalogues à fort potentiel de vente et des catalogues aux ventes plus incertaines. Sophie Chambonnière énonce les avantages de ce procédé :

*R : C'est pour cela que l'on travaille par lot de coédition, on fait un appel d'offres qui rassemble la programmation sur deux ans et l'on effectue des regroupements d'ouvrages [...] Ça les rassure parce qu'on essaie grâce aux estimations budgétaires que l'on fait en même temps de faire en sorte que chaque grand regroupement permette de s'y retrouver financièrement.*

Il serait intéressant de connaître l'avis de l'éditeur privé sur ce système de lots de coédition. Or l'entretien au pôle éditorial des livres d'art aux éditions Flammarion, qui travaille régulièrement avec le musée du Quai Branly a permis de confronter les points de vue :

*Q : Et dans ce qui est plus difficile à vendre ?*

*R : Des monographies d'artistes contemporains, certains catalogues d'expo. Par exemple le catalogue d'une des dernières expositions du Quai Branly qui s'appelait Eclectique<sup>65</sup> c'était un sujet assez confidentiel qui n'a pas été diffusé largement, Du Jourdain au Congo pareil toujours au Quai Branly.*

*Q : Vous faites beaucoup de coéditions avec le musée du Quai Branly ?*

*R : Oui parce que le musée du Quai Branly avait un fonctionnement qu'ils ont réformé cette année, jusqu'à présent ils émettaient des appels d'offres par lots de trois avec des publications qui s'équilibraient au niveau rentabilité. Et cette année ils ont changé de fonctionnement et ont interrogé plusieurs éditeurs pour un titre en particulier, en segmentant leurs appels d'offres.*

---

<sup>65</sup> Eclectique, une collection du XXI<sup>e</sup> siècle, Musée du Quai Branly | 23 novembre 2016-2 avril 2017

Q : Et qu'est-ce qui est le plus pratique pour vous ?

R : En fait c'est plutôt ce format là parce que dans un lot... Et puis c'était sur des années à l'avance, forcément l'exposition en elle-même change donc tout le budget prévisionnel est à revoir.

Ce qui est perçu comme un avantage pour le pôle éditorial du musée, comme le souligne Sophie Chambonnière (« On nous demande malgré tout de plus en plus d'être à l'équilibre, mais malgré tout on réussit un peu encore à jouer là-dessus compte tenu de ces lots d'ouvrages. On contourne un peu, on sait qu'au final le service des éditions sera bénéficiaire. ») n'est pas forcément perçu de la même façon par l'éditeur privé. Cependant ce qu'on pourrait appeler des échanges de bons procédés ont lieu entre les coéditeurs pour équilibrer la rentabilité, Annie Dufour, au musée d'Orsay le laisse entendre : « Je répartiss aussi pour que tout le monde en ait, pour qu'il n'y ait pas quelqu'un qui ait une exclusivité. Par exemple je dis à Jérôme Gilles : *Apollinaire*<sup>66</sup> vous intéresse en contre partie vous me prenez *Gleyre*<sup>67</sup>, donc il dit "ok je prends les deux". »

---

<sup>66</sup> *Apollinaire, le regard du poète*, Musée de l'Orangerie | 6 avril-18 juillet 2016 [235 000 visiteurs comptabilisés. Source [www.musee-orangerie.fr](http://www.musee-orangerie.fr)]

<sup>67</sup> *Charles Gleyre (1806-1874). Le romantique repent*, Musée d'Orsay | 10 mai-11 septembre 2016

### 3. Conclusion de la première partie

Cette première partie s'est attachée à rendre compte de la réalité du marché du catalogue d'exposition, premier lien entre l'éditeur de livres sur l'art et les musées. Ainsi, au regard des différents chiffres rassemblés et croisés, des propos des professionnels recueillis en entretien, nous avons une meilleure connaissance du secteur de la coédition de catalogue d'exposition. Premier impact des activités des musées sur les éditeurs d'art à travers la publication d'un ouvrage officiel, le catalogue retrace et prolonge l'exposition. Nous pouvons conclure que bien que le paysage muséal se porte bien avec toujours plus de visiteurs, le sous-secteur de l'édition de livre sur l'art, que représente le catalogue d'exposition, est plus complexe qu'il n'y paraît. En effet le ratio du nombre de visiteurs et du nombre de catalogues vendus est globalement faible, impressionnant pour quelques expositions annuelles phares mais qui ne reflète pas le champ entier du secteur.

Le sous-secteur du livre sur l'art qu'incarne le catalogue d'exposition se révèle assez stable dans la composition de ses acteurs pour le corpus de musées parisiens étudiés, avec une forte représentation des éditeurs privés leaders du secteur des livres d'art tels que les éditions Gallimard, Flammarion, Hazan ou Somogy. Il englobe un ensemble varié et mouvant d'éditeurs indépendants, jeunes pour certains, qui pénètrent le marché de manière ponctuelle. Le catalogue d'exposition est sans conteste une source de revenu essentielle pour les éditeurs d'art, touchés par la crise des ventes, cependant le présumé qu'il tire à lui-seul le secteur, comme a pu l'énoncer *Livres Hebdo* dans ses dossiers, sans être une contrevérité, invite à la prudence. Le catalogue est avantageux à plusieurs titres : partage des coûts, visibilité accrue grâce au rayonnement médiatique de l'exposition, livre officiel de l'exposition, qui garantit, sinon un monopole, un crédit sur le contenu. Mais les musées ne sont pas tous logés à la même enseigne en terme de fréquentation, et là encore on a pu constater que même élevée, la fréquentation d'une exposition ne garantissait pas forcément l'équilibre financier de la vente d'un catalogue.

La dureté du marché impose donc aux éditeurs de trouver des ressources supplémentaires à la coédition de catalogues d'exposition. L'actualité des musées, leur programme d'exposition leur fournit une autre source de publications que celle du catalogue. La seconde partie de ce mémoire s'attachera à démontrer que la publication de livres sur l'art « en lien avec » ou « à l'occasion » d'une exposition constitue une dynamique dans le paysage éditorial du livre sur l'art. Quels sont les ressorts de ces types de publications, que nous disent-elles du poids de l'actualité muséale ?

## DEUXIÈME PARTIE

L'actualité muséale à l'origine de publications  
de livres sur l'art

## Chapitre IV

### Les éditeurs de livres sur l'art confrontés au poids croissant de l'actualité muséale

Lors de mes entretiens avec les professionnels de l'édition, la notion d'actualité a souvent été évoquée pour caractériser les tendances actuelles du livre d'art. Avec Béatrice Petit, par exemple, éditrice aux éditions Hazan : « Je pense qu'au sujet des tendances, on voit bien, à priori, que ce sont surtout les catalogues d'exposition qui se vendent, tout ce qui est lié à une actualité assez forte. » Même constat pour les éditrices du pôle art des éditions Flammarion : « [...] des éditeurs s'adosent à l'actualité d'une expo pour publier des choses complémentaires aux catalogues, sur des artistes en lien avec la thématique. » Annie Dufour, au musée d'Orsay l'affirme également : « De manière générale le livre d'art se casse la figure depuis, je dirais 10 à 15 ans, avec une chute des ventes absolument colossale, ce qui fait que les éditeurs d'art ne publient plus quasiment que des choses qui se rapportent à l'actualité. En gros l'actualité des musées. » Leurs témoignages resserrent cette influence de l'actualité sur celle spécifique aux musées, notre sujet d'étude. Les musées, incarnant les lieux principaux dédiés à l'art.

Comme nous l'avons vu en première partie, le musée est le lieu physique par excellence de la diffusion de l'art, grâce aux collections permanentes et aux expositions temporaires. On le verra, de la notion d'actualité découle une autre notion, celle de l'événement. Geneviève Rudolf, aux éditions Citadelles & Mazenod, qui figure parmi les rares maisons d'édition à ne pas publier de catalogues d'exposition, l'évoque ainsi : « Nous on ne fait pas de catalogues mais on cale les programmations sur de l'événementiel. » ou encore Muriel Raush, au Jeu de Paume, qui constate « [...] que le catalogue d'exposition a pris un peu le pas et qu'on a de moins en moins de véritables créations de livres d'art indépendamment d'un événement culturel [...]. »

## 1. Une définition de l'actualité

Dans un sens général, l'actualité désigne « l'intérêt actuel » de quelque chose ou encore un « ensemble de faits tout récents, et offrant un intérêt pour cette raison<sup>68</sup> », la notion d'actualité est fortement liée à la question du temps. Il s'agit de ce qui arrive au présent, c'est pour cela qu'on retrouve l'actualité dans le vocabulaire des médias : *les actualités* désignent les « informations nouvelles, généralement brèves, récapitulant les principaux événements du moment (dans la presse, au cinéma, à la télévision, etc.)<sup>69</sup> ». Se profile alors une des principales caractéristiques de l'actualité, elle est éphémère. Ce qui fait la Une des journaux aujourd'hui, n'est pas la Une de demain. Dans le vocabulaire philosophique, Aristote oppose l'actuel (ce qui est), au potentiel (« ce qui existe en puissance, virtuellement<sup>70</sup> »), et l'actualité consiste en la transition du potentiel à l'actuel. Pour Michel Foucault, « la philosophie moderne, c'est celle qui s'interroge sur sa propre actualité<sup>71</sup> » c'est-à-dire sur son temps présent. Dans leur mémoire de recherche de diplôme de conservateur de bibliothèque, *Qu'est-ce que l'actualité ?*<sup>72</sup>, Annelise Béguet, Hélène Coste, Lucile Dupuich, Eric Pichard et Catherine Renosi, démontrent que le terme d'actualité, tel que nous l'employons, correspond « au développement de la presse dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, accéléré dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup>. [...] l'étymologie renvoie très directement à la notion d'acte de mouvement, d'exécution, d'application, par opposition à ce qui est dit, aux discours (*actum/dictum*). [...] pour faire l'actualité, il faut transformer les faits, les événements en mots.»

Ainsi, l'actualité serait le résultat fixé – écrit – de faits en train d'advenir. On peut alors établir un lien entre l'événement et l'actualité, lien que l'on retrouve dans un élément de définition des « événements », comme un « ensemble des faits plus ou moins importants de l'actualité<sup>73</sup> ». L'événement, comme l'actualité s'inscrit dans

---

<sup>68</sup> Entrée « actualité », Dictionnaire Cnrtl en ligne | URL : <http://www.cnrtl.fr/lexicographie/actualit%C3%A9> (consulté le 10/05/17)

<sup>69</sup> Entrée « actualité », Dictionnaire Cnrtl en ligne | *Op.cit.*

<sup>70</sup> Entrée « potentiel », Dictionnaire Cnrtl en ligne | URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/potentiel> (consulté le 10/05/17)

<sup>71</sup> **FOUCAULT Michel** | *Le gouvernement de soi et des autres*. Cours au Collège de France (1982-1983), Seuil, Paris, 2008

<sup>72</sup> **BÉGUET Annelise, COSTE Hélène, DUPUICH Lucile, PICHARD Eric et RENOSI Catherine** | *Qu'est-ce que l'actualité ?* Mémoire de recherche, juin 2005, ENSSIB.

<sup>73</sup> Entrée « événement », Dictionnaire Cnrtl en ligne | <http://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9v%C3%A9nement> (consulté le 10/05/17)

l'éphémère, la rareté, et c'est cette temporalité limitée qui attire l'attention et mobilise une partie de la population. L'événement fédère un public, sans lui pas d'événement, il attire l'attention au point qu'il fait l'objet d'intérêt auprès de ceux qui relayent l'actualité, les journalistes notamment.

Rapporter ces notions à notre sujet est assez parlant. Le musée crée l'événement avec des expositions sur des temps courts – de quelques semaines à une demi-année – ces dernières se veulent attractives avec des monographies d'artistes inédites, ou bien reposent elles-mêmes sur un événement (le centenaire d'un courant artistique, une découverte archéologique, l'anniversaire de la mort d'un artiste). Les expositions attirent des publics, les plus exceptionnelles sont relayées dans la presse spécialisée ou généraliste créant « une actualité ». Pour prendre une forme matérielle durable, l'événement de l'exposition est fixé, passant de l'*actum* au *dictum* par le biais du catalogue dit « d'exposition ». Ainsi les livres publiés à cette occasion, qui ne sont pas des catalogues, se greffent à cette actualité qui assure une visibilité au livre *in situ*, dans la librairie du musée, dans la presse et en librairie... En pratique, l'éditrice des éditions Hazan atteste de ce phénomène :

*R : Alors un exemple d'actualité assez forte, il y a eu cette grande année Bosch, célébrée toute l'année 2016, et nous avons fait une création dans notre collection d'un Bosch, mais qui est un texte qui parle du Jardin des délices qui est plutôt une analyse iconographique. Ça a bien marché.*

*Q : Ça s'est bien vendu ? Et vous l'avez fait paraître au moment de cette actualité ?*

*R : On l'a sorti en octobre 2015, pour qu'il soit là toute l'année 2016. Il y a des exceptions comme cela qui marchent assez bien, mais on se rend compte quand même, c'est sûr, qu'il faut à tout prix qu'il y ait une actualité.*

*Q : Sinon les gens ne sont pas intéressés ?*

*R : Il y en a qui sont intéressés sans cela mais ils sont de moins en moins nombreux, cela rétrécit. Donc, si par contre ils entendent parler de Bosch, de l'année Bosch, peut-être qu'ils s'arrêtent du coup devant une librairie plus facilement, ils vont l'acheter ou faire un cadeau parce que c'est dans l'air du temps.*

L'actualité muséale, pour l'éditeur privé, c'est une concentration de public, d'acheteurs-lecteurs potentiels autour d'un sujet. Pour exemple, un événement tel que la Nuit Européenne des musées, créée en 2005, qui a lieu chaque année en mai, a rassemblé en 2017 en France 2 000 000 de visiteurs. La librairie de musée devient alors un lieu privilégié d'achat du livre sur l'art, d'autant plus que les librairies indépendantes spécialisées en Art se raréfient. Toutefois, il faut ici mentionner dans notre définition de l'actualité que cette dernière n'induit pas forcément des conséquences positives. Un

événement peut être néfaste à un autre. Les différentes attaques terroristes qui ont eu lieu notamment à Paris depuis 2015, impactent la fréquentation des lieux culturels ainsi que des librairies, provoquant une réaction en chaîne : baisse de la fréquentation des établissements culturels, baisse des ventes de livres. L'Institut du Monde Arabe, dans son rapport d'activité pour l'année 2015, souligne pour l'exposition *Osiris, Mystères engloutis d'Égypte*<sup>74</sup> : « Au 31 décembre 2015, elle avait attiré 155 641 visiteurs, avec une baisse d'environ 30 % de la fréquentation constatée après le 13 novembre<sup>75</sup>. » Ce climat d'insécurité a fortement impacté la fréquentation des musées parisiens, comme en atteste Annie Dufour :

*Là où le marché est assez incertain en ce moment, c'est que suite aux attentats, on connaît une chute de fréquentation assez importante, dans tous les musées, Orsay ce fut à un moment, plus de 30 % de baisse de fréquentation ce qui est extrêmement important.*

## 2. La hausse du nombre de titres « en lien » avec les expositions

Afin d'attester de l'influence que peut avoir l'actualité muséale sur le programme de publications des éditeurs privés, ma méthode a consisté à regarder une année d'expositions dans un corpus de musées parisiens, de rechercher par mots clés – nom de l'exposition, son thème, le ou les artistes à l'affiche et la période artistique concernée – les livres sur le sujet dans le catalogue de la BnF. Ont été retenus les livres publiés dans les mois précédant et suivant l'exposition (à deux-trois mois près). Des recherches complémentaires par mots clés sur des sites de vente de livres en ligne ont complété cette étude, puisqu'il est arrivé que le catalogue de la BnF ne soit pas complet. Il faut souligner, que malgré l'apparente exhaustivité que semble offrir internet, ces recherches ont été relativement complexes puisque, à titre d'exemple, le catalogue de la BnF ne mentionne pas la date exacte de dépôt légal (seulement l'année). Un livre suspecté d'entrer dans mes critères a donc suscité plusieurs recherches : le site de la BnF, les sites de vente en ligne ou de l'éditeur à la recherche de la date de dépôt légal, cela sur deux années, environ 150 expositions et plus du double de livres potentiels à examiner, sélectionner ou éliminer. Cette observation a été réalisée pour deux années, en 2005 et 2010 afin de pouvoir vérifier la régularité ou non du phénomène.

---

<sup>74</sup> *Osiris, Mystères engloutis d'Égypte*, Institut du Monde Arabe | septembre 2015-mars 2016

<sup>75</sup> Date des attaques terroristes survenues aux abords Stade de France, à la salle de spectacle du Bataclan et en pleine rue

Premier constat, le phénomène existe bel et bien : en 2005, sur 78 expositions recensées dans notre corpus de musées, 35 % d'entre elles ont fait l'objet de publications hors catalogues et albums d'exposition. En 2015 ce chiffre augmente pour atteindre 47 %, soit près d'une exposition sur deux<sup>76</sup>. Cette tendance semble alors croître en quinze ans, touchant un tiers des expositions du corpus en 2005 contre presque la moitié en 2015. J'ai pu constater que ce phénomène ne touchait donc pas toutes les expositions. En regardant de plus près les données rassemblées, il est possible de préciser davantage la typologie des expositions qui font l'objet de publications annexes aux publications « officielles », estampillées du musée qui expose. De même que les critères évoqués en première partie, pour déterminer ce qui fait le succès d'une exposition et des ventes de catalogues, les critères de choix des éditeurs pour publier un titre en lien avec une exposition semblent se rassembler autour de deux facteurs principaux : le lieu et l'objet de l'exposition. La programmation du Grand Palais a toujours été surveillée de près par les éditeurs. Ce lieu d'exposition prestigieux a longtemps accueilli des expositions ambitieuses, comme Toulouse Lautrec, Georges de La Tour ou plus récemment Picasso et les maîtres. Ces expositions phares ont été une réelle aubaine pour les éditeurs privés.

En effet, il transparaît rapidement que les musées aux taux de fréquentation peu élevés (à relativiser car on parle de milliers de visiteurs), ne sont pas privilégiés. On peut émettre l'hypothèse que, du fait du ratio faible entre le nombre de visiteurs et de catalogues vendus pour une exposition, des musées tels que le musée du Marmottan-Monet – 400 000 visiteurs en 2015 – présentent des ventes potentielles trop faibles pour que l'éditeur engage un livre sur une exposition. À titre d'exemple, seuls 2,43 % des 510 412 visiteurs ont acheté un catalogue d'une des expositions phare de 2015, *Pierre Bonnard, peindre l'Arcadie*<sup>77</sup>. Parmi les musées les moins sujets aux publications en lien avec leurs expositions de notre corpus, pour les deux années – 2005 et 2015 – on retrouve le Palais de Tokyo ou encore le Musée Carnavalet.

Par ailleurs, le sujet de l'exposition est un facteur majeur, souvent lié au lieu, puisque rares sont les petits musées qui présentent les expositions phares, ainsi celle sur les femmes photographes, *Qui a peur des femmes photographes*<sup>78</sup>, est présentée au musée d'Orsay et de l'Orangerie, et non pas au musée du Jeu de Paume, alors même

---

<sup>76</sup> Voir corpus des musées et des expositions 2005-2015 | Annexe N° XIV et XV

<sup>77</sup> *Pierre Bonnard, peindre l'Arcadie*, Musée d'Orsay | 17 mars-19 juillet 2015 [12 445 exemplaires vendus du catalogue]

<sup>78</sup> *Qui a peur des femmes photographes* | *Op. cit.*

que la photographie est sa spécialité. Schématiquement une monographie d'un artiste d'avant-garde, méconnu du grand public, attirera moins de visiteurs, et donc diminuera les potentiels de ventes. Ainsi, le Palais de Tokyo, dont la fréquentation annuelle en 2015 atteignait tout de même le nombre important de 820 000 visiteurs, mais à la programmation pointue, généralement des artistes contemporains d'avant-garde, ne fait l'objet d'aucune publication en lien avec les 16 expositions au total, présentées sur les années 2005 et 2015. Car une édition dans ce cadre est aussi plus compliquée, puisque les artistes interviennent souvent in situ, sur des thèmes transversaux et sont rarement seuls. Le concept éditorial, sans avoir accès au contenu des expositions en préparation, est loin d'être évident à définir, pour des ventes prévisionnelles considérées par les commerciaux en charge de la prospection comme insuffisantes a priori.

Trois typologies se révèlent au regard de l'analyse de notre tableau récapitulatif pour 2015 : les musées qui, à presque chacune de leurs expositions suscitent la parution de livres en lien avec des expositions, les musées pour lesquels quelques expositions – dont le sujet est suffisamment grand public et l'événement suffisamment exceptionnel – donnent lieu à des publications annexes ponctuelles, et enfin les musées aux expositions pourrait-on dire « exclues », des programmes des éditeurs privés, tant les probabilités de ventes sont faibles<sup>79</sup>. La constitution de ces tableaux et leur analyse appelle à quelques observations.

Dans la **Catégorie 1** figurent des musées que l'on pourrait dire attendus puisqu'il s'agit des musées les plus visités : le musée du Louvre, d'Orsay, le Grand Palais ainsi que le musée du Quai Branly. Les chiffres explosent pour le Grand Palais avec 42 titres publiés en lien avec ses expositions en 2015, l'exposition *Hokusai* monopolise 14 de ces publications ! Preuve du poids de la notion d'actualité, le Musée Picasso, fermé jusqu'à l'automne 2014, suscite avec une seule exposition, 5 publications. Au musée du Louvre on remarque que seule une exposition sur deux suscite des publications annexes, les expositions plus ciblées, moins grand public comme *L'épopée des rois Thraces*<sup>80</sup> sont exclues de ces publications annexes. Un musée de cette catégorie retient l'attention, il s'agit du musée du Luxembourg, qui ne fait pas partie des musées les plus visités avec

---

<sup>79</sup> Voir Typologie des musées du corpus | Annexe N° XVI

<sup>80</sup> *L'épopée des rois Thraces*, Musée du Louvre | 16 avril-20 juillet 2015

environ 367 800 visiteurs en 2015<sup>81</sup>, loin des 3 millions du Centre Pompidou pourtant en **Catégorie 2**. Le deuxième paramètre de choix des expositions ciblées par les éditeurs privés, transparait au regard des expositions sélectionnées pour les publications annexes : le sujet de l'exposition. Or le Musée du Luxembourg présente en 2015 trois expositions « historiques » : la peinture libertine de Jean-Honoré Fragonard, la collection impressionniste de Paul-Durand Ruel, et une rétrospective sur la dynastie anglaise des Tudors. Ces trois expositions ont rassemblé chacune plus de 100 000 visiteurs avec des thèmes que l'on pourrait qualifier de classiques – la peinture étant le premier centre d'intérêt des lecteurs de livres d'art en bibliothèque<sup>82</sup>, et la première catégorie de livres sur l'art publiés par les éditeurs d'art<sup>83</sup>.

Ainsi la **Catégorie 2**, intermédiaire, rassemble des musées aux thèmes moins populaires, ou bien de taille plus restreinte avec moins de visiteurs. Parmi eux, le Centre Pompidou, malgré sa troisième place de musée le plus visité de France après les musées du Louvre et Orsay. Sa collection et ses expositions orientées vers l'art contemporain, ne rencontrent pas les faveurs des éditeurs privés car les ventes y sont plus difficiles à réaliser. Marion Doublet, éditrice au pôle art des éditions Flammarion, atteste ce phénomène : « Alors l'autre difficulté pour les artistes très contemporains c'est que même si le poste icono n'est pas très important, ce peut être des artistes plus confidentiels avec un moins grand potentiel de ventes. » J'ai cependant recensé 14 livres en lien avec les expositions du Centre Pompidou, notamment lorsque celles-ci constituaient une grande rétrospective pour *Le Corbusier* (5 livres annexes) ou *Hervé Télémaque* (3 livres annexes). Pour le Musée national d'Art moderne, on peut émettre l'hypothèse que le caractère ultra-contemporain ou très pointu (le prix Marcel Duchamp par exemple) – avec des artistes plus confidentiels – de ses expositions constitue un frein à l'entrée des éditeurs privés sur ce marché.

Enfin la **Catégorie 3**, concentre toutes les remarques précédentes à l'extrême, avec au Palais de Tokyo, des expositions d'avant-garde d'artistes contemporains tels que Patrick Neu ou Jesper Just qui représentent une prise de risques trop importante pour la publication de livres annexes par les éditeurs privés. Le Musée Carnavalet, dont les expositions en 2015 ont rassemblé 63 000 visiteurs pour *Napoléon et Paris*, et 8 400

---

<sup>81</sup> **Observatoire économique du tourisme parisien** | *Enquête : fréquentation des sites culturels parisiens en 2015*. Office de tourisme de Paris, 2016. p.9

<sup>82</sup> **ABENSOIR Corinne, LEGENDRE Bertrand** | *Les publics du livre d'art en bibliothèque*. LabSIC, université Paris 13, ENSSIB, septembre 2008, p.24

<sup>83</sup> **Livres Hebdo** | *Dossier Le livre d'art fait de la résistance*, N°1085, mai 2016

pour *Le Marais en héritage(s)*, on peut le supposer, n'assurent pas une visibilité suffisante pour des livres annexes.

Un début de conclusion émerge de ces premières observations. Les éditeurs semblent procéder à une exploitation raisonnée de l'actualité muséale qui nécessite des réflexions préalables sur les expositions qui peuvent appeler à publication et celles qui en sont exclues pour les raisons évoquées plus haut (trop pointues, public de niche...). D'un autre côté, émergent cependant quelques expositions sur nos deux années pour lesquelles les éditeurs semblent s'être rués sur le sujet et on peut peut-être ici déceler la démesure et les limites de cette tendance. Trop de publications annexes divisent la visibilité et les potentiels de ventes de chacun. Le tableau ci-après recense les expositions pour lesquelles les nombres de publications annexes sont les plus élevés (à partir de cinq publications annexes).

*Expositions du corpus ayant entraîné le plus  
de publications annexes en 2005 et 2015*

<b>Exposition</b>	<b>Musée</b>	<b>Nombre de publications annexes</b>
<b>2005</b>		
DADA	Centre Pompidou	16
Klimt, Schiele, Kokoschka, Moser : Vienne 1900	Grand Palais	6
<b>2015</b>		
Hokusai	Grand Palais	14
Elisabeth Louise Vigée Le Brun	Grand Palais	7
Picasso Mania	Grand Palais	6
Tatoueurs, Tatoués	Quai Branly	6
Niki de Saint Phalle	Grand Palais	6

; Picasso !	Musée	5
	Picasso	
Le Corbusier, mesures de l'homme	Centre	5
	Pompidou	

---

Un premier constat en comparant les deux années observées, est celui de l'augmentation du phénomène de sur-représentation de publications annexes, avec 2 expositions seulement en 2005 ayant donné lieu à plus de cinq publications, contre 7 en 2015. Un phénomène qui s'accompagne d'une extension de la diversité des éditeurs présents sur ce marché. Si, comme on a pu le constater en première partie, les éditeurs privés éditant les catalogues d'expositions de notre corpus sont peu variés lorsqu'il s'agit de publications « en lien », le panorama des éditeurs présents s'élargit, de manière d'autant plus révélatrice sur les expositions qui suscitent le plus de publications « en lien ». L'exposition *Hokusai* du Grand Palais en 2015 servira ici d'exemple avec 14 livres « en lien » publiés par 11 éditeurs différents : éditions Gallimard, Fage, du Seuil, Hazan, Artlys (filiale de la RMN depuis le milieu des années 1990), mais aussi les éditions Larousse, Citadelles & Mazenod, Magellan & Cie, Synchronique, Bibliothèque de l'image ou Locus Solus. On constate par ailleurs que des éditeurs qui ne sont pas forcément présents dans le paysage de la coédition sont présents sur ce marché. D'autres se positionnent sur ce marché dans la continuité de leur statut d'éditeurs de catalogue, comme les éditions Gallimard ou Hazan.

Enfin, un dernier constat, celui de la présence significative de publications « en lien » dédiées au jeune public. Ces livres sur l'art en lien avec une exposition, dédiés aux enfants apparaissent discrètement dans notre corpus en 2005 puis de manière plus régulière en 2015, signe d'un déploiement de cette forme de livres<sup>84</sup>. Quels sont les acteurs de ce secteur dans notre corpus ? Ils sont de trois types. D'abord, des éditeurs spécialisés en jeunesse tels que les éditions Belem (uniquement présents dans le tableau en 2005, la maison ayant cessé ses activités en 2007), Piccolia, Palette ou Quelle histoire. Ensuite, des éditeurs généralistes avec un pôle jeunesse comme les éditions Gallimard, ou spécialisés en art comme les Nouvelles éditions Scala. Enfin les

---

<sup>84</sup> Voir Tableau corpus des musées et des expositions 2005 – 2015, cases bleues | Annexes N° XIV et XV

établissements publics eux-mêmes, éditent également des livres jeunesse sur l'art, notamment pour l'année 2015, les éditions du Centre Pompidou. À noter également que la pratique de la coédition entre établissement public et éditeur privé a lieu pour ce type d'ouvrages tels que les éditions Gallimard qui éditent leur collection *Découvertes* adressée aux adolescents, souvent en coédition avec la RMN (pour les expositions Elisabeth Louise Vigée Le Brun, Picasso Mania ou encore Niki de Saint Phalle au Grand Palais ou au Musée du Luxembourg sur Paul-Durand Ruel ou Fragonard). Les éditions Courtes et longues coéditent avec le musée du Louvre *Le grand livre de la petite galerie du Louvre : mythes fondateurs, d'Hercule à Dark Vador*, à l'occasion de l'exposition *Mythes fondateurs, d'Hercule à Dark Vador*. Enfin signalons l'exposition au Grand Palais Picasso Mania qui a donné lieu à trois livres jeunesse publiés « en lien » avec l'exposition.

L'édition de livres « en lien » avec une exposition n'est pas systématique et semble résulter d'un travail de veille de la part des éditeurs privés pour choisir les expositions qui feront l'objet d'une médiatisation accrue, susciteront un engouement et un nombre de visiteurs conséquent pour maximiser les ventes potentielles. Pour conclure ce questionnement sur le poids de l'actualité muséale sur la programmation de publication des éditeurs privés, il convient de prendre du recul sur ces données factuelles, chiffrées, et de s'interroger autant que faire se peut, sur ce qu'induisent ces logiques de publications.

### 3. Un basculement de la politique de l'offre à la politique de la demande dans le secteur de livres sur l'art ?

Si c'est l'actualité qui impulse les choix de programmation de publications des éditeurs comme nous l'avons constaté en début de deuxième partie, à minima qu'elle justifie la parution du livre, ou bien qu'elle l'inspire comme avec les livres « en lien » avec les expositions, alors, répondre à l'actualité muséale par des publications de livre sur l'art revient à répondre à une demande, ou du moins à un intérêt créé au préalable par une autre instance que celle de l'éditeur. Dans ce cas de figure, la question qu'il convient de se poser serait : qui crée la demande, ou bien, qui génère l'actualité muséale ?

Dans l'économie de la culture, Françoise Benhamou affirme que « En France [...], plus de 60 % des musées sont la propriété de l'État ou des collectivités locales<sup>85</sup> ». En

---

<sup>85</sup> BENHAMOU Françoise | *L'économie de la culture*, « Repères », La Découverte, 2011

2010, ce chiffre s'élevé à 87 % (répartis ainsi : 5 % propriété de l'État, 82 % des collectivités territoriales)<sup>86</sup>. La plupart des musées générant de nombreuses publications « en lien » avec les expositions, sont rassemblés sous l'appellation « musées de France » : le Louvre, Orsay, Centre Pompidou, Quai Branly... Les « musées de France », tels qu'ils sont définis dans *Les chiffres clés statistiques de la Culture*, publiés chaque année par le Ministère de la Culture et de la Communication<sup>87</sup>, rassemblent les « musées nationaux, les musées de l'État dont le statut est fixé par décret, les musées classés en application des lois et réglementations en vigueur antérieurement à la nouvelle loi, de 2002 et les musées précédemment contrôlés par les ministères de la Culture et de la Recherche, sous réserve des dispositions prévues par la loi. [...] les musées nationaux sont les musées dont les collections appartiennent à l'État et qui sont placés sous la tutelle de la Direction des musées de France du ministère de la Culture et de la Communication. » Parmi les musées nationaux figurent le Louvre, les musées d'Orsay et de l'Orangerie, le musée du Quai Branly, Picasso et le Centre Pompidou, ou encore l'établissement du Château de Versailles en Île-de-France ou le Mucem à Marseille.

J'ai donc demandé aux éditrices des pôles éditoriaux des établissements publics de musées nationaux (Orsay et Quai Branly) si elles recevaient des formes de directives de la part du Ministère de la Culture et de la Communication pour leur programmation. Annie Dufour<sup>88</sup> explique : « Non. On dispose d'une autonomie totale. », Sophie Chambonnière<sup>89</sup> donne une réponse similaire : « Non non, on ne reçoit pas de consignes, mais par exemple il y a toujours des choses très importantes qui sont les préfaces, parfois sous le haut patronage de présidents de la République... » C'est le directeur du musée qui établit le programme des expositions, or il est intéressant de s'attarder sur la nomination de ces directeurs, car ils sont choisis par le Président de la République. Donc, sans élaborer de raccourci maladroit, on peut tout de même penser que la programmation des expositions d'un musée n'est pas exempte d'une dimension politique. Cette idée ne sera pas développée outre mesure pour ne pas s'éloigner du sujet, même si cette question pourrait faire l'objet de recherches approfondies. Des pistes sur l'influence de la politique sont cependant apparues en entretien. Il me semble intéressant de les citer ici, non pas pour conclure cette partie puisque je n'ai pas trouvé

---

<sup>86</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2010

<sup>87</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2006

<sup>88</sup> **DUFOUR Annie** | *Idem*

<sup>89</sup> **CHAMBONNIÈRE Sophie** | *Idem*

de matière scientifique suffisante appuyant mon propos, mais pour soulever plusieurs questionnements :

*R : [...] nous on peut avoir des contraintes politiques parce que... Quand je dis politique ça peut même aller loin c'est-à-dire...*

*Q : C'est-à-dire, du top secret ?! [Rires]*

*R : Mais c'est presque ça en fait, le président de la République qui va en visite officielle au Mexique, il emmène tout son staff et justement il y a la personne qui s'occupe de la culture qui va dire : tiens ce serait bien que l'on ait un échange, donc nous on récupère une expo, c'est-à-dire que l'on va devoir négocier avec les mexicains nous-mêmes.*

On constate que même si le ministère de la Culture et de la Communication n'impose pas de programme d'expositions, des enjeux diplomatiques et politiques peuvent impacter la programmation des musées. Dans l'hypothèse où l'indépendance des musées ne serait plus garantie, Annie Dufour évoque :

*R : C'est qu'à partir du moment où maintenant tout passe quasiment par l'édition publique [sous-entendu pour le secteur Art], il n'y a plus d'indépendance, par exemple si un auteur critique un musée, on ne le prendra plus, si un patron de musée n'aime pas tel historien de l'art, il va être délogé, s'il ne peut plus publier dans le privé cela veut dire qu'on aura une parole unique en Histoire de l'art qui sera celle des musées.*

*Q : Alors ça devient un peu comme un prolongement des programmes scolaires ?*

*R : C'est exactement cela. C'est une vraie question de la liberté de l'éditeur là, vous touchez du doigt un des nœuds du problème. C'est une vraie question politique au sens premier du terme.*

*Q : Cela va dépendre de qui est en place au pouvoir ?*

*R : Les directeurs des musées nationaux sont nommés par le Président de la République [...] Alors après le principe de l'édition, c'est que plus il y a de censure plus il y a de petits éditeurs qui se développent. Après cela dépend de chacun de nous mais si j'avais un gouvernement fasciste au-dessus de moi, qu'est ce que je ferais ?*

On le voit, l'indépendance des éditeurs privés est encore préservée. La parole unique en Histoire de l'art en France relève davantage d'un scénario catastrophe, mais il semble qu'assurément, du fait du rapprochement des éditeurs privés de livres sur l'art et de la sphère culturelle publique, que le facteur politique ne doit pas être ignoré, ni minimisé.

Le risque que constitue une ruée sur l'actualité, comme on a pu le voir sur certaines expositions phares, avec une réponse à la demande trop forte, serait d'égarer le lecteur, phénomène que Jean-François Chougnnet<sup>90</sup> souligne :

*Mais ça c'est à l'origine de la crise indirectement. Parce qu'au départ ils ont fait les malins, si je peux me permettre l'expression, ils ont dit « nous on s'en fout, vous faites un Toulouse-Lautrec, nous on va sortir un Toulouse-Lautrec, mais le problème c'est que la surabondance et la concentration sur les sujets traités par les grandes expos ont tué l'idée, et oui, car quand vous avez dix bouquins sur Toulouse-Lautrec dans l'exposition Toulouse-Lautrec, le public est complètement désarçonné, il ne sait pas lequel acheter donc il achète le catalogue, et ce n'est pas forcément le meilleur, mais quand on ne sait pas, le catalogue a une espèce de légitimité.*

Il est donc temps de se focaliser sur le lecteur, car on ne peut pas parler des mutations du secteur art s'en s'y intéresser, d'autant qu'on l'a vu, le public se déplace dans les musées, toujours plus nombreux mais déserte les librairies et achète moins de livres sur l'art.

---

<sup>90</sup> **CHOUGNET Jean-François** | Président du Mucem [Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, à Marseille]. (Voir retranscription en Annexe N° X)

## Chapitre V

### La place des lecteurs dans ce phénomène : le plébiscite des livres sur l'art en lien avec l'actualité muséale

#### 1. Une hausse des titres liés à l'actualité muséale

dans les classements des meilleures ventes et en librairie

Signe de l'influence de l'actualité muséale sur les consommateurs de livres sur l'art (acheteurs et lecteurs), la comparaison des classements des 50 meilleures ventes dans la catégorie Arts et Beaux-livres pour les années 2005, 2010 et 2015, révèle une augmentation de la présence des catalogues d'exposition. La présence de ces catalogues dans les meilleures ventes de livres du secteur, indique un plébiscite de la part des acheteurs pour les livres liés à une actualité muséale. Le tableau ci-dessous synthétise les classements en trois catégories : les catalogues d'exposition, les livres en lien avec une exposition, et les autres.

*Synthèse classement TOP 50 GFK secteur Art et Beaux-livres*

Année	2005	2010	2015
Nombre de catalogues d'exposition (et albums)	1	8	11
Nombre de livres "en lien" avec une exposition	0	3	1
Nombre de livres hors actualité muséale	49	39	38

En quinze ans, le nombre de catalogues d'exposition présents a été multiplié par dix. Les livres annexes à une exposition apparaissent discrètement. On peut supposer que face au succès des catalogues d'exposition, la publication de livres annexes trouve un sens, se positionnant en concurrence directe ou indirecte au catalogue qui semble alors exercer un monopole sur le marché du livre d'art du musée. En examinant de plus près les livres annexes à une exposition présents dans ces classements, quelques remarques peuvent être faites. Il ne s'agit pas forcément d'une nouveauté, ce peut être un livre réimprimé pour l'occasion tels que *Claude Monet : 1840-1926. Une fête pour les yeux*

des éditions Taschen qui retrouve une place en librairie à l’occasion de l’exposition *Monet, 1840-1926* au Grand Palais en 2010. Même cas de figure en 2015 avec l’exposition Vélasquez. L’enjeu de posséder un fond important est alors majeur. La rareté des livres « en lien » avec une exposition dans ce récapitulatif s’explique par la grandeur du segment de classement de GFK ici : art et spectacles, beaux livres d’art, histoire et écrits sur l’art, revues, musées, expositions... Or, si l’on regarde le classement TOP 50 des meilleures ventes dédié au livre d’art (Source GFK/*Livres Hebdo*), la part actuelle des livres « en lien » avec une exposition est plus importante. Par exemple pour la période avril 2014-mars 2015 : 37 livres concernent l’actualité muséale<sup>91</sup> une fois éliminés les catalogues d’exposition et autres publications annexes des musées, nous recensons 11 titres « en lien ». Parmi ces titres, notons la présence de quatre hors-séries des magazines dédiés à l’art *Connaissance des arts* et *Beaux-arts magazine*. Bien qu’exclus de notre panorama de recherche, puisqu’il s’agit de périodiques, ils ont conquis ces dernières années le marché de l’actualité muséale, grâce à des publications de hors-séries systématiques pour les grandes expositions. Leur prix attractif (9 ou 9,5€) explique leur place dans ce palmarès, s’imposant comme un concurrent direct de l’habituel «album de l’exposition». Ces hors-séries sont réalisés en partenariat avec le musée, parfois à la demande des musées, avec les mêmes problématiques que les livres, les éditeurs de presse privilégiant les expositions « phares ». Les sept titres restants sont révélateurs de plusieurs tendances (voir tableau de synthèse ci-dessous).

*Synthèse du TOP 50 des meilleures ventes de livres d’art (avril 2014–mars 2015)*

Titre	Éditeur	Prix
<i>Van Gogh, le suicidé de la société</i>	Gallimard	5 €
<i>Hokusai</i>	Bibliothèque de l’image	10 €
<i>Hiroshige, le petit Tokaïdo</i>	Hazan	19 €
<i>Hokusai Manga</i>	Gallimard	19 €
<i>Léonard de Vinci : tout l’œuvre peint et graphique</i>	Taschen	19,99 €

<sup>91</sup> *Livres Hebdo* | Classement 50 meilleures ventes GFK/*Livres Hebdo* avril 2015-mars 2016. N° 1085, mai 2016, p.53

<i>Hokusai, le fou de dessin</i>	Hazan	25 €
<i>La Manga</i>	Hazan	57 €

Source : GFK/Livres Hebdo

Au regard de la fourchette de prix, ces livres « en lien » se positionnent autant sur le marché des albums, au prix peu élevé (entre 5 et 10€), que comme concurrent direct d'un catalogue d'exposition (à partir de 25€). Pour la partie restante on peut supposer que ces titres apparaissent aux yeux de l'acheteur comme un juste milieu, avec un désir de contenu et de qualité esthétique. Ici, la triple présence des éditions Hazan sur un même sujet est remarquable. Notons qu'il ne s'agit pas toujours de nouveautés, *Hokusai, le fou de dessin* (25€) a été réédité et enrichi pour l'occasion, *Hiroshige, le petit Tokaïdo* (19€) est publié pour la première fois en 2012, preuve que l'actualité muséale peut également être l'occasion d'une remise en vente de livres de fonds. Enfin avec la publication de *La Manga*, livre qualitatif, plus cher que le catalogue officiel de l'exposition (50€), l'éditeur s'inscrit dans l'actualité muséale et la revendique. Voici ce qu'on peut lire sur les sites de vente en ligne au sujet de ce livre :

*[...] Pour la première fois, la totalité de ces dessins est reproduite à l'identique de l'édition originale et commentée planche après planche ici par le spécialiste de Hokusai Matthi Forrer, du point de vue anthropologique, artistique et culturel. Jusqu'ici cet ensemble n'était connu qu'à travers une sélection de dessins, reproduits le plus souvent en un seul ton, contrairement à l'édition originale, et surtout sans commentaire identifiant le sujet exact de chaque planche. Cette publication fac-similé en deux volumes de 450 pages chacun, comprend aussi les trois derniers volumes publiés à titre posthume, dont l'authenticité fait débat. Exposition Hokusai aux Galeries Nationales du Grand Palais du 1er octobre 2014 au 18 janvier 2015<sup>92</sup>.*

La mention de l'exposition en fin d'article inscrit le livre dans l'actualité, et confirme sa place en tant que publication « en lien » et permet de donner une certaine « légitimité scientifique » à l'ouvrage. Le classement GFK plus général révèle également ce poids croissant du livre « en lien ». Le livre annexe peut se révéler un concurrent redoutable : en 2010, le livre *Une vie Saint-Laurent* aux éditions Albin Michel termine 34<sup>e</sup>, tandis que le catalogue de l'exposition qui s'est tenue au Petit Palais est classé 50<sup>e</sup>. Un prix moins élevé (25,40€ contre 40,6€ pour le catalogue), un contenu plus attractif –

<sup>92</sup> Site de vente en ligne d'Amazon, page de vente du livre *La Manga*, Édition Hazan | URL : <https://www.amazon.fr/Hokusai-manga-Lédition-complète-commentée/dp/275410707X> (consulté le 23/05/17)

le livre publié aux éditions Albin Michel est enrichi d'un album d'Alain Chamfort – peuvent expliquer ce succès (7 803 exemplaires vendus contre 5 843 pour le catalogue).

Enfin de manière générale ces classements révèlent une inexorable diminution des ventes avec des chiffres toujours en baisse pour le meilleur titre vendu : ainsi, le best seller *Une France vue du ciel* de Yann Arthus-Bertrand, n°1 en 2005, totalise plus de 73 000 livres vendus, la monographie de Marilyn Monroe *Fragments* totalise en 2010 environ 53 500 ventes, soit une baisse de 27 % par rapport au n°1 de 2005, enfin le livre *Ultimate Star Wars*, n°1 2015 du classement arts et beaux-livre totalise 22 730 ventes, soit une baisse de 70 % par rapport à 2005. Enfin, l'intérêt de ce classement TOP 50 Art et beaux-livres est de laisser entrevoir d'autres tendances qu'un classement uniquement consacré aux livres d'art.

L'actualité, en général, apparaît comme un facteur de ventes incontestable et on peut élargir ce constat à l'ensemble plusieurs autres thèmes que l'art. Citons en exemple pour l'année 2015 l'anniversaire des 50 ans de la carrière de Michel Sardou avec le livre *Sardou : 50 années ensemble*, classé 12<sup>e</sup>, ou encore en 2010, où les six livres de Yan Arthus-Bertrand de photographies sont inscrits au TOP 50, 2005 correspondant à la création de sa fondation *GoodPlanet* et au premier Festival Mondial de la Terre. L'événement, le coup de projecteur sur un sujet, une personnalité, influencent le lecteur-acheteur avec des arguments divers : l'éphémère pour une exposition, l'anniversaire d'une personnalité ou d'un courant qu'il ne faut pas manquer, etc.

## 2. Les libraires, témoins

Ces tendances, extraites de l'analyse de ces tableaux de classements sont-elles visibles sur le terrain ? Les libraires, médiateurs du livre portent un regard unique sur les acheteurs puisqu'ils sont les seuls de la chaîne du livre à les rencontrer physiquement. Afin de recueillir leur point de vue, j'ai interrogé deux gérantes de librairies, à Paris (pour des questions de faisabilité), Marie-Rose Guarniéri à la Librairie des Abbesses<sup>93</sup> et Armelle Lainé Vairet à la librairie L'œil écoute<sup>94</sup>. Il s'agit de deux enseignes généralistes, dynamiques dans le paysage des librairies parisiennes. Leurs propos reflètent deux tendances évoquées : le poids de l'actualité muséale sur le secteur art et la baisse des ventes.

---

<sup>93</sup> *Librairie des Abbesses* | 30 rue Yvonne le Tac, 75018 Paris (voir retranscription en Annexe N° VIII)

<sup>94</sup> *Librairie L'œil écoute* | 77 bd du Montparnasse, 75006 Paris (voir retranscription en Annexe N° IX)

Concernant l'actualité muséale, c'est d'abord le catalogue qui affirme sa place en librairie, alors même qu'il ne s'agit pas de librairies de musées, au plus près des expositions. Les libraires interrogées affirment la prédominance du catalogue dans la vente de livres sur l'art : «[...] tout ce qui est catalogue d'exposition marche bien<sup>95</sup> » ou encore « Ce qui est intéressant, c'est que maintenant il y a l'impact des grandes expositions dans la production de livres d'art, qui joue un grand rôle<sup>96</sup> [...]». Concernant les livres « en lien » les libraires sont plus réservées : « Oui quelque fois il y a plusieurs livres sur une exposition on les vend aussi. Ça peut être la revue *Connaissance des arts* ou un livre relié bien sûr<sup>97</sup>. » Marie-Rose Guarniéri développe davantage ce point et propose une explication à ce phénomène :

*Les expositions permettent de vendre des livres en dehors du catalogue, parce qu'il y a une grosse actualité, une grosse promotion, un déplacement du public donc c'est une chance de se glisser dans cette médiatisation. Pour l'expo Hopper il y avait un catalogue, mais Citadelles & Mazenod a fait un grand Hopper qu'ils ont super bien vendu, tout le monde a pu en bénéficier, quand c'est une grande expo, un événement. Ils ne publient pas pour toutes, aujourd'hui c'est Paul Klee, ils essayent tous de faire un livre, parce qu'ils se disent que pendant l'expo qui dure 5 mois, ils vont pouvoir récupérer des clients.*

Or les libraires interrogées restent dans un registre assez hypothétique, Marie-Rose Guarniéri cite quelques exemples d'exposition sans les encren dans ses propres pratiques : « Citadelles & Mazenod a fait un grand Hopper qu'ils ont super bien vendu ». Ce regard lointain et distancié, qui n'enlève rien au constat d'une tendance réelle, peut s'expliquer par le point suivant : la baisse des ventes des livres d'art en librairie, évoqué par les libraires elles-mêmes, non sans conséquence sur l'achalandage des librairies en livres sur l'art. « Par rapport à il y a 10 ans, les livres d'art prennent beaucoup moins de place, c'est clair. C'est difficile de mettre 50€ dans un livre d'art aujourd'hui. Sauf à l'époque de Noël, et encore, ça marche moins qu'avant. [...] J'achète moins de livres d'art et il y a un taux de retour plus important également<sup>98</sup>. » Marie-Rose Guarniéri énonce des contraintes logistiques et pour les acheteurs, des prix élevés dissuasifs :

*Donc c'est un secteur qui est très en crise, les livres d'art se vendent moins bien. Le stockage coûte très cher et ça coûte très cher de les créer. [...] Les libraires sont très prudents, alors la crise n'est pas que financière, c'est que les gens avant de faire un cadeau, offrir un livre d'art à un jeune à Noël c'est une démarche, il faut savoir si cette démarche va être toujours perpétuée ou non.*

---

<sup>95</sup> LAINÉ VAILET Armelle | Librairie L'œil écoute

<sup>96</sup> GUARNIÉRI Marie-Rose | Librairie des Abbesses

<sup>97</sup> LAINÉ VAILET Armelle | *Idem*

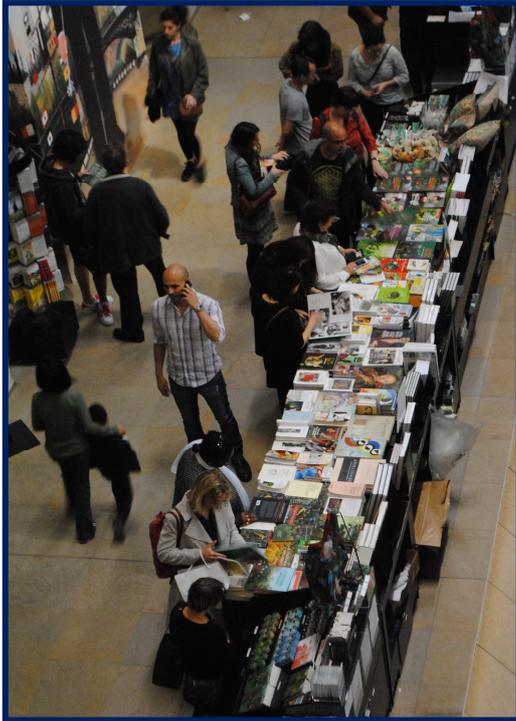
<sup>98</sup> LAINÉ VAILET Armelle | *Idem*

Il apparaît donc difficile pour des librairies de quartier, où chaque mètre carré compte, de réaliser pour chaque exposition phare une table qui présenterait le catalogue et des publications annexes pour offrir un panorama exhaustif des publications sur un sujet. Souvent, le catalogue officiel l'emporte : « [...] quand il s'agit de beaux catalogues où il y a vraiment l'œuvre de l'auteur qui est mise en valeur et qui peut faire référence, on garde le catalogue<sup>99</sup> [...]. »

Ainsi, peut-on émettre l'hypothèse que la place réelle des livres « en lien » avec les expositions, pour les contraintes évoquées ci-dessus, se trouve en librairie de musées. Ces librairies, dédiées à l'art, sans doute les dernières librairies spécialisées dans ce domaine, aux surfaces importantes puisque adaptées à une forte fréquentation, peuvent se permettre de réunir tous les livres en lien avec le sujet d'une exposition. Pour exemple ci-dessous, les tables réalisées à l'occasion de la rétrospective sur Le Douanier Rousseau au musée d'Orsay (voir page suivante). Les photos 1 et 2 correspondent à la librairie éphémère, située à la sortie même de l'exposition, consacrée uniquement à l'artiste, la photo 3 correspond à la table dédiée à l'exposition dans la librairie fixe du musée. On constate la multitude d'ouvrages rassemblés sur un même sujet, et notamment la place des hors-séries, aux prix attractifs : on distingue en photo 2 des exemplaires des magazines *Dossier de l'art*, *Connaissance des arts* et *Beaux-arts magazine*. La table plus restreinte dans la librairie fixe du musée semble davantage constituer une sélection, nécessaire face à la multitude d'ouvrages installés en librairie éphémère. On y retrouve les catalogues mais aussi des livres illustrés « en lien », édités par les éditions Prisma, Larousse, Solar ou Eyrolles, et des livres de textes tels que *Le Douanier Rousseau par ses contemporains* (Ombres éditions) ou *Les écrits du Douanier Rousseau* (CNRS éditions).

---

<sup>99</sup> GUARNIÉRI Marie-Rose | *Idem*



**Photo 1**

**Vue plongeante sur la table de la librairie éphémère, à la sortie de la salle d'exposition.**



**Photo 2**

**Détail de la table de la librairie éphémère : les hors-séries nombreux, près des caisses.**



**Photo 3**

**Table dédiée à l'artiste de l'exposition dans la librairie fixe du musée.**

Seul un musée peut investir aujourd'hui dans une telle diversité et quantité de livres pour un seul artiste, afin de présenter un panorama de publications exhaustives qui trouvera son public, puisque le musée, qui attire d'abord des visiteurs concentre également une foule d'acheteurs potentiels. On le voit bien, pour parler des livres sur

l'art nous revenons souvent au lieu du musée, qui concentre et impulse le marché du livre du secteur art. Nous avons évoqué les pratiques d'achats des acheteurs de livres d'art qui plébiscitent les livres reliés à l'actualité muséale, nous n'avons pas encore développé les caractéristiques de ces acheteurs.

### 3. Un possible portrait des lecteurs de livres sur l'art ?

Une première question émerge ici, le public du livre sur l'art est-il seulement un acheteur, qui ne lit pas ces livres mais les offre – les meilleures périodes de ventes de livres sur l'art se concentrant pendant les fêtes de fin d'année – ou bien est-il seulement un lecteur qui n'achète pas le livre pour des raisons financières ou relatives à sa profession, mais le consulte en bibliothèque ? Ou encore, existe-t-il un lecteur-acheteur et quel est/sont son/ses profils ? Beaucoup de questions auxquelles l'étude *Les publics du livre d'art en bibliothèque* de Corinne Abensour et Bertrand Legendre apporte nombre d'éléments de réponses et cette sous-partie se nourrit des résultats de leurs recherches. Pour des raisons de faisabilité, je n'ai pas effectué d'étude de publics via un questionnaire pour mieux connaître les acheteurs-lecteurs de livres sur l'art. Le double intérêt de cette étude est de présenter les lecteurs de livres sur l'art en bibliothèque mais aussi une partie des acheteurs puisque certains de ces lecteurs en bibliothèque achètent également des livres sur l'art.

#### *Qui sont les lecteurs de livres sur l'art en bibliothèque ?*

Est-il possible de dresser un portrait-type du lecteur de livre sur l'art en bibliothèque ? À vrai dire, il ne s'agit pas d'un lecteur-type mais de plusieurs. Selon l'étude, près de la moitié des lecteurs de livres sur l'art en bibliothèque (49 %) ont entre 20 et 29 ans, les deux autres catégories suivantes sont les 30-49 ans (22 %) et les plus de 50 ans (22 %). Du point de vue des catégories professionnelles, trois se détachent : ils seraient 42 % d'étudiants, 16 % issus des professions artistiques et 13 % d'enseignants, notons que les retraités représentent tout de même 9 % de lecteurs de livres sur l'art. Les 14 % restants ouvrent le champ de professions avec une « diversité de publics (qui) va au-delà de ce qui est couramment admis : des thérapeutes, informaticiens, agents de voyages, agents immobiliers, notaires, ingénieurs, experts, avocats, paysagistes et aussi des artisans<sup>100</sup> [...] ». Selon l'étude, la diversité de catégories professionnelles des publics du livre sur l'art diffère de celle présente dans les librairies, restreinte aux trois

---

<sup>100</sup> **ABENSOUR Corinne, LEGENDRE Bertrand** | *Les publics du livre d'art en bibliothèque*. LabSIC, université Paris 13, ENSSIB, septembre 2008

catégories les plus représentées en bibliothèque : étudiants, personnes exerçant une profession artistique ou enseignants. Enfin, du point de vue du niveau d'études, plus le niveau d'études augmente plus il y a de lecteurs de livres sur l'art, 38 % des lecteurs ont un bac +5 ou plus. Il est intéressant de mentionner que bien que le lieu d'information privilégié pour s'informer sur les livres d'art soit la bibliothèque (24 % des interrogés) le second lieu privilégié serait les lieux d'exposition (16 %), le poids du musée sur le secteur du livre d'art s'affirme encore ici. Marie-Rose Guarniéri, gérante de la librairie des Abbesses, témoigne que les jeunes sont des acheteurs dynamiques de livres d'art :

*R : Chez les jeunes, je vois qu'ils aiment bien la photo, ils n'achètent pas Vélasquez obligatoirement mais je vois qu'ils lisent les grands classiques, les grands écrits sur l'art, Paul Klee, Kandinsky, tout en s'intéressant au street art. [...] Quand ils commencent à gagner leur vie, qu'ils ont un cadeau à faire à un copain, ils se tournent volontiers vers un livre d'art sur le cinéma, la musique beaucoup, la cuisine aussi beaucoup, après la peinture contemporaine.*

*Que lisent les lecteurs de livres sur l'art ?*

On a constaté que les profils sont variés, concernant les types de lecture sur l'art, il semblerait que les lecteurs, bien que d'âges et de professions diverses, se réunissent dans leurs goûts de manière assez consensuelle. 44 % des interrogés citent en premier thème de la peinture comme étant leur thème de lecture de prédilection. La peinture est le thème de prédilection n°1 de toutes les tranches d'âge et de toutes les catégories professionnelles. L'architecture, les catalogues d'exposition sont les deux catégories plébiscitées après la peinture, il est intéressant de constater qu'en bibliothèque aussi, le catalogue d'exposition s'affirme comme un livre de référence sur l'art. L'intérêt pour la photographie est quant à lui très visible chez les jeunes de 15 à 19 ans. Les autres thèmes, archéologie, arts décoratifs, sculpture, cinéma, esthétique sortent moins du lot. Le succès de la peinture chez les lecteurs correspond au succès de la peinture chez le public des expositions, les expositions phares sont souvent consacrées à la peinture. À titre d'exemple, sur les 10 premières expositions temporaires les plus fréquentées en 2014<sup>101</sup>, une exposition sur deux a pour thème la peinture ou le dessin. Enfin chez les éditeurs de livres sur l'art, les arts graphiques et la peinture représentent un tiers des publications. On observe donc une forme de continuité entre l'offre et la demande.

---

<sup>101</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture, 2015*

### *Pourquoi lisent-ils des livres sur l'art ?*

L'objet n°1 de l'intérêt des lecteurs de livres sur l'art est l'image. Tout âge, profession ou niveau d'études confondus, ils sont plus de 85 % à y prêter attention. Vient ensuite le texte, là encore il y a un consensus sur cette composante du livre d'art, ils sont en moyenne 70% à y prêter attention. L'aspect physique, esthétique du livre n'est un critère majeur que pour une personne sur deux. Les légendes sont plus prisées par les 15-19 ans (35 %). D'autres critères sont communs à tous les publics mais moins représentés, tels que la notoriété de l'auteur ou celle de l'artiste (moins de 30 % toute catégories confondues) ou encore le prix et les annexes (moins de 20 %). La notoriété de l'éditeur n'est un critère remarquable que pour 5 % des interrogés. La première raison pour laquelle le public interrogé lit des livres d'art est celle du plaisir (30,3 %), 22 % à le font pour les études, et le prix élevé des livres sur l'art pousse 12 % d'entre eux à les consulter ou les emprunter en bibliothèque. 11 % consultent ces livres après la visite d'une exposition ou d'un monument, ou bien en amont de cette visite (6 %), ou dans le cadre de la préparation d'un voyage, 5,8 %. L'influence de l'actualité muséale se lit ici une fois encore, elle incarne les 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> motifs d'emprunts, soit un peu plus de 15 % des motifs d'emprunts de livres sur l'art résultant d'un passage (révolu ou à venir) par le lieu du musée.

### *Les lecteurs de livres sur l'art achètent- ils des livres sur l'art ?*

Corinne Abensour et Bertrand Legendre font un premier constat, celui que les publics qui lisent et empruntent le plus de livres d'art sont les mêmes que ceux qui achètent des livres sur l'art :

*Lorsque l'on croise les volumes d'achat et les pratiques d'emprunt et de consultation en bibliothèque, on constate que les plus gros acheteurs (ceux qui ont acheté 10 livres ou plus dans les 6 derniers mois) ont, pour 88 % d'entre eux, emprunté/consulté plus de 10 livres dans les 12 derniers mois, alors que les personnes qui ont acheté moins de 10 livres dans les 6 derniers mois ne sont que 52 % à avoir emprunté/consulté plus de 10 livres dans les 12 derniers mois. Il est donc bien manifeste que les gros emprunteurs sont aussi de gros acheteurs et que ces deux pratiques sont corrélées.*

*Enfin, si l'on prend en compte la situation professionnelle, il apparaît que les plus gros acheteurs sont ceux qui exercent des professions artistiques. Leur volume d'achat devance celui des professeurs, et, dans l'ordre, des étudiants et des autres professions. On ne trouve aucun lycéen parmi ces gros acheteurs et très peu de sans emploi, et, plus étonnant, très peu également de retraités.*

Ainsi contre toute attente, et comme Marie-Rose Guarniéri en fait l'expérience dans sa librairie, les étudiants, les jeunes sont des acteurs actifs du lectorat et de la clientèle du livre d'art. On peut alors se demander pourquoi les livres d'art touchent plus ceux dont les professions sont liées à ce domaine, ou les enseignants qui l'enseignent, ou les étudiants qui l'étudient, que les autres publics. N'y a-t-il dans les musées que des personnes travaillant dans les professions artistiques, des enseignants et des étudiants ?

Le tableau ci-dessous est une synthèse des résultats de l'enquête sur les Pratiques culturelles des Français de 2008, concernant les visites d'expositions et de musées en fonction de la catégorie professionnelle. La couleur violet foncé fait ressortir les catégories professionnelles pour lesquelles un individu sur deux ou plus, a fréquenté une exposition ou un musée au cours des 12 derniers mois (l'étude est réalisée en 2008). Dans le cas des musées, seules deux catégories dépassent ce seuil : les cadres et professions intellectuelles supérieures et les étudiants. Pour les expositions de peinture ou de sculpture deux également : les cadres et professions intellectuelles supérieures et les anciens cadres. Pour les expositions de photographie, aucune catégorie ne dépasse le seuil des 50 %, seuls les cadres et professions intellectuelles supérieures s'en approchent avec 41 %. On ne peut pas trancher la question d'une sur-représentation des professions artistiques et des enseignants dans les publics des musées, ces sous-catégories n'étant pas visibles dans l'étude. En revanche il apparaît que les étudiants font partie des publics les plus actifs, notamment lorsqu'il s'agit des musées – auxquels ils ont accès gratuitement la plupart du temps. Enfin la catégorie la plus éloignée des musées serait celle des ouvriers, avec moins de 15 % de cette catégorie étant allée au musée ces 12 derniers mois. Lorsqu'il s'agit d'expositions temporaires, la proportion de publics éloignés (moins de 15 % ayant visité une exposition) augmente : ouvriers, anciens ouvriers, autres inactifs...

*Pourcentage d'interrogés sont allés au cours des 12 derniers mois...*

Sur 100 personnes de chaque groupe (PCS de l'individu)	Musée	Exposition temporaire de peinture ou de sculpture	Exposition de photographie
Indépendants	22	20	10
Cadres et professions intellectuelles supérieures	68	55	41
Professions intermédiaires	44	37	20
Employés	26	19	11
Ouvriers	16	11	8
Anciens indépendants	19	17	10
Anciens cadres	47	53	33
Anciens professions intermédiaires	38	34	23
Anciens employés	19	16	10
Ancien ouvriers	13	8	6
A la recherche d'un emploi	27	18	12
Étudiants	50	36	20
Lycéens	42	20	14
Femmes au foyer	16	17	11
Autres inactifs	16	12	7

Source : Enquête Pratiques culturelles des Français, 2008 - DEPS ministère de la Culture et de la Communication

Ainsi ces éléments tendent à rapprocher les lecteurs de livres sur l'art des publics des musées et des expositions. Alors une démocratisation<sup>102</sup> de l'art par les établissements culturels apparaît toute relative. Or la question des publics est un élément majeur des missions de ces établissements. Cette préoccupation trouve selon Dominique Poulot son enracinement dans les années 1970 en réponse à la critique « d'une confiscation de la culture par les élites<sup>103</sup> », étudier les publics et évaluer la démocratisation de la culture grâce à ces études devient systématique. Toutefois, à la lecture des pages consacrées à l'évaluation des publics dans les rapports d'activité de plusieurs musées (Musée national d'Art moderne-Centre Pompidou, Palais de Tokyo, Institut du monde arabe), il semble que le pari de la démocratisation porte seulement sur les nouvelles générations, puisque les établissements mentionnent principalement leurs actions et résultats concernant le jeune public. Ainsi l'intérêt pour l'art du jeune public est-il pour autant garanti à l'âge adulte, en dehors des sorties organisées par les structures éducatives, et une fois les 25 ans et la gratuité des musées révolue ? La gratuité des musées tous les premiers dimanches de chaque mois ne semble pas avoir remédiée à ces inégalités. Pour Bertrand Legendre et Corinne Abensour un élément de réponse est à chercher dans la médiation du livre d'art avec « des interrogations sur la place de l'art et sur le statut du livre dans les politiques éducatives, dans les politiques documentaires des bibliothèques, et dans les choix des médias, qu'ils soient nouveaux ou traditionnels. »

Enfin, les lecteurs de livres sur l'art dont nous avons précisé le profil, sont-ils des lecteurs de livres sur l'art numériques ? L'étude de Corinne Abensour et Bertrand Legendre évoque, en introduction, les « perspectives du numérique » dans les pratiques culturelles des lecteurs comme une question à se poser, mais c'est là la seule occurrence du numérique dans leur travail. Et pour cause, l'offre numérique de livres sur l'art, quasi inexistante, ne peut constituer pour l'instant un objet d'étude à part entière. Les professionnels rencontrés lors de mon enquête de terrain abondent en ce sens. Du côté des pôles éditoriaux des musées, le numérique est évoqué de manière hypothétique ou comme une tentative infructueuse :

---

<sup>102</sup> La démocratisation de la culture est définie par **Olivier DONNAT et Paul TOLILA** dans *Le(s) public(s) de la culture* comme « une égalisation, si modeste soit-elle des « chances » propres aux différents publics d'accéder aux lieux des pratiques et de dégustation des biens culturels les plus vantés par l'Ecole, les mieux monopolisés par les élites professionnelles ou les amateurs d'art, les plus recherchées aussi, comme légitimation de leur valeur culturelle, par les groupes en voie de mobilité sociale. »

<sup>103</sup> **POULOT Dominique** | *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Hachette supérieur, 2001. p.173

*R : Moi ce que je voudrais voir, mais pour le moment les premiers retours qu'on a là-dessus ne sont pas tellement convaincants, c'est par rapport aux possibilités qu'offre le livre numérique. Et notamment pour le livre d'art et le catalogue d'expo, c'est voir les possibilités que ça pourrait offrir de prendre le catalogue et d'en faire un livre numérique, avec la possibilité de faire un zoom sur telle œuvre, faire une vidéo...*

*Q : Ils ont bien essayé au Grand Palais un livre sur l'exposition Hopper. Comment fait-on pour faire du numérique avec des livres aussi gros, pour se repérer, est-ce qu'il faut repenser le livre ?*

*R : Après c'est vraiment un produit qu'il faut repenser complètement. Repartir sur autre chose, mais c'est un domaine que je ne connais pas.*

*Q : Au musée X est-ce qu'il y a des applications pour les visites ?*

*R : Il y a des applications mais bon, ce sont des aides à la visite<sup>104</sup>.*

*R : On a essayé aussi récemment, ce qui est intéressant, de faire des applications gratuites sur les Iphones, les Ipad, enfin tous les portables androïdes, c'est gratuit, mais ce n'est pas pour cela que ça casse la baraque, qu'il y a des téléchargements par dizaine de milliers, on constate que les gens nous reprochent que ce soit gratuit et qu'il n'y ait pas assez de contenu, donc on a constaté que ce n'est pas parce que c'est gratuit que cela marche<sup>105</sup>.*

On constate que la politique numérique des musées s'inscrit davantage dans l'espace temps de la visite via des applications. Cela s'inscrit dans la continuité des politiques d'aménagement et d'accessibilité particulièrement développées dans les musées, souvent moteurs d'innovations, tels qu'ont pu l'être les audio-guides par exemple. Il semble que cette politique numérique ne s'étende pas au-delà de ce périmètre. Annie Dufour nous explique son point de vue :

*Moi ce que je défends depuis un bon moment, on va dire pas 10 ans mais presque, c'est que l'on n'est absolument pas menacés par le net et le numérique, et que plus il y aura du net et du numérique, plus il faudra faire des beaux livres. Et qu'il faut que l'on mette de l'argent dans la fabrication. Et c'est vrai que cela n'a pas fait chuter nos ventes le fait qu'il y ait internet.*

Il semble que l'objet qu'incarne le livre d'art demeure incompressible et qu'un écran ne puisse pas encore se substituer à la reproduction papier des œuvres. Et pour cause, le livre d'art a connu de nombreuses mutations, résultant des innovations techniques des trente dernières années.

---

<sup>104</sup> CHAMBONNIÈRE Sophie | *Idem*

<sup>105</sup> RAUSCH Muriel | *Idem*

## Chapitre VI

### Une hybridation des formes de livres sur l'art ? Regard sur la forme et le contenu des livres sur l'art

#### 1. Une esthétisation du livre sur l'art : le modèle Taschen

Marie-Rose Guarniéri, gérante de la librairie des Abbesses témoigne de la spécificité des livres d'art, et en résume les qualités intrinsèques :

*[...] le livre d'art c'est le livre où l'excellence des savoir-faire artisanaux du monde du papier [...]. C'est le livre où il y a des maquettistes, des iconographes, des typographes... C'est là que toutes les qualités du livre sont exacerbées. Ce sont aussi les seuls livres, au fond, pour lesquels le public a besoin de se déplacer dans les librairies pour en apprécier le poids, la qualité de reproduction, et c'est un monde où il y a eu une grande révolution. On parle souvent de la révolution numérique mais on ne parle jamais de la révolution du livre en lui-même. Aujourd'hui on arrive à des exploits dans les reproductions, dans l'exactitude des détails, on est presque à l'identique de l'œuvre, ce qui est formidable. Le livre a reconçu la façon de regarder les œuvres d'art, parfois on voit mieux les œuvres dans un livre d'art que sur les sites, dans les chapelles en Italie...*

Les livres sur l'art sont de plus en plus beaux, quelque soit leur prix, leur format ou la nature de leur contenu. Cette révolution esthétique a été impulsée par l'éditeur allemand Taschen qui a fait le pari de démocratiser l'art avec des collections de livres à moins de 10 € d'un côté, tout en faisant plus tard du livre un objet de luxe et de collection de l'autre. Lou Mollgaard, directrice de la communication pour Taschen France et les pays francophones revient sur les origines de la maison :

*Chez nous, on a été très très célèbres depuis toujours, depuis la création de Taschen il y a 35 ans, pour des livres qui étaient extrêmement démocratiques, c'est-à-dire des livres très beaux, vraiment c'est Benedikt Taschen qui a inventé cela, des livres très beaux, pas chers, parce qu'à l'époque où il a commencé à travailler, sur ce genre d'édition, ça n'existait vraiment pas. Au niveau des livres d'art, c'était horrible, mal imprimé, donc lui il a commencé à faire des livres comme vous voyez ici, qui sont comme des bonbons, ils sont tellement beaux que vous avez envie de les poser partout. Donc très très longtemps ça a été pour cela qu'on était les plus connus. Avec le livre que vous voyez derrière vous qui est le très gros livre d'Helmut Newton, on a commencé à prendre un autre – ce n'est pas un virage – mais à éditer des livres très très gros comme on n'en avait jamais vus, des Sumo, on appelle ça chez nous. Donc on s'est tourné beaucoup plus vers le monde des collectionneurs, pour produire des livres qui étaient encore plus des objets d'art qu'avant.*

Le livre devient lui-même objet d'art pour certaines publications de l'éditeur de Cologne. Avec la collection des Sumo, livres gigantesques dont le poids se mesure en

dizaines de kilos, il fait intervenir, pour une monographie d'artiste, un autre artiste pour concevoir la forme esthétique du livre, jusqu'à son support – un lutrin toujours inédit, avec une mise en scène d'un livre hors-norme sous toutes les formes. Jusqu'aux tirages, ces derniers peuvent être limités et les livres, numérotés, ont un prix qui dépasse de loin le prix moyen d'un livre, de l'ordre de grandeur d'une œuvre d'art. Le livre devient un objet de collection qui prend rapidement de la valeur – un livre Sumo voit sa valeur multipliée une fois épuisé. Ainsi, il est possible d'investir dans un livre comme on investirait dans une œuvre d'art. Citons le Sumo *Genesis* sur et de Sebastião Salgado, artiste contemporain, vendu 8 500€.



**Photo 4**

**Présentation du Sumo *David Hockney*.**

**Lutrin tricolore de Marc Newson.**

**© TASCHEN**

Ainsi, à titre d'exemple, le Sumo de David Hockney, paru en 2017 en édition limitée à 9 000 exemplaires, signés, au prix de 2 000€, est accompagné d'un lutrin moderne, conçu par Marc Newson, designer australien. La photographie ci-dessous, issue du site de vente en ligne de la maison d'édition, pousse le parallèle livre-œuvre d'art puisqu'il est ici présenté devant des œuvres de l'artiste, il est exposé dans une pièce, pour être feuilleté. En effet, les Sumo de Taschen ne rentrent pas dans l'étagère d'une bibliothèque, ils visent à être exposés, on pourrait dire que la collection Sumo incarne le paroxysme du *coffee table book*. L'œuvre et le livre ne font d'ailleurs plus qu'un lorsque pour la promotion du livre, l'artiste David Hockney pose à côté de l'objet, comme s'il faisait partie intégrante de l'ensemble de son œuvre, l'occasion ici de dire que la stratégie de communication des éditions Taschen, singulière et inédite pour des livres d'art, participe à l'originalité de la maison et de son rayonnement mondial : faire rêver le lecteur, véhiculer une émotion.



**Photo 5**

**David Hockney pose devant « son » Sumo.**

© TASCHEN

La mise en scène du livre, sa théâtralisation participe incontestablement à la mise en valeur des ouvrages. Les « stores Taschen », 12 boutiques dans le monde dont une à Paris, ont été conçues comme de petites galeries d'art où les œuvres sont les livres, « des musées totalement vivants<sup>106</sup> », alors même que les librairies d'éditeurs, inscrites dans l'histoire du développement de l'édition au XVIII<sup>e</sup> siècle, sont de moins en moins nombreuses. Hasard du calendrier ( ? ), le Sumo Taschen sur David Hockney paraît alors même que l'année 2017 signe la consécration de l'artiste Pop Art de 79 ans, avec cinq

---

<sup>106</sup> **MOLLGAARD Lou** | Directrice de la communication, Taschen France (voir retranscription Annexe N° VII)

expositions à travers le monde : à la Tate Britain de Londres, au Centre Pompidou à Paris, à la Galerie internationale d'art moderne de Venise, au Getty Center de Los Angeles et pour terminer l'année au Metropolitan Museum of Art de New York. L'actualité muséale n'est décidément jamais très loin. Pour la collection Sumo, ce sont même les codes du musées qui semblent avoir inspiré sa forme, un livre que l'on expose, que l'on contemple, de chez soi, à condition d'en avoir les moyens ou en librairie-musée Taschen.

Quelle est la recette du succès Taschen ? Je n'ai pas réussi à obtenir de chiffres auprès de Lou Mollgaard « Personne ne parle jamais de chiffres ici, c'est un principe, mais ce ne serait pas le tirage français, ce serait un tirage mondial. », la recette est bien gardée. Sans doute un modèle économique inédit, avec des livres diffusés partout dans le monde, dans 21 langues, comme une gigantesque coédition permanente, gage d'économies de production, particulièrement nécessaires, on l'a vu, pour la production des livres d'art. Le *story telling* de la maison, on pourrait dire de la marque, est conçu à la façon des grandes marques de parfumeries ou de prêt-à-porter de luxe, avec comme pour beaucoup de maisons d'édition, une figure paternaliste :

*Après la particularité c'est que les livres que nous produisons sont souvent des idées de M. Taschen lui-même, il n'y a jamais rien qui n'est pas approuvé jusqu'au bout par M. Taschen. Mais aussi de plus en plus de gens nous apportent des sujets, de plus en plus de personnalités qui ont de grands fonds à offrir, en nous disant : on veut un livre Taschen, on vous ouvre nos archives, ce peut être Capital Records pour leur 75<sup>e</sup> anniversaire, ou les archives de Stanley Kubrick, on a beaucoup de gens qui arrivent en nous disant : si quelqu'un doit faire notre livre ce sera vous. Je pense que la maison est très particulière dans ce sens.*

On le voit, l'esthétique est une composante majeure du livre sur l'art, dans un contexte de production accrue, comment se distinguent les différents livres sur l'art (beaux-livres, *coffee table book*, catalogues d'exposition, livres de fonds...) ? Taschen produit en plusieurs langues et diffuse dans ses propres librairies, ce qui réduit considérablement les coûts et permet bien évidemment une maîtrise de la chaîne. La maison d'édition a d'abord proposé des livres au prix de vente très attractif, à une époque où le livre d'art connaissait une sorte d'âge d'or. Les livres étaient simples, pas très bien imprimés, la photogravure discutable et les concepts éditoriaux peu ambitieux. Pourtant, la possibilité d'acquérir des livres d'art à un prix aussi compétitif a durablement bouleversé les pratiques du secteur, obligeant les autres éditeurs à réfléchir à leurs propositions.

## 2. Quels contenus pour quelles catégories de livres sur l'art ?

Assiste-t-on à une hybridation des formes du livre sur l'art ? Sur la table de la librairie du musée d'Orsay, parmi les livres réunis à l'occasion de l'exposition sur le Douanier Rousseau, peut-on encore distinguer un beau-livre du catalogue d'exposition ? Il semblerait que, dans une recherche toujours plus accrue de qualité de la forme des livres sur l'art, une indistinction des catégories s'opère comme en témoigne Marie-Rose Guarniéri, « il y a des catalogues d'exposition aussi beaux que les livres créés pour le fonds et que l'on garde en fonds ». Annie Dufour développe ce phénomène d'esthétisation du catalogue :

*[...] la grosse mutation qu'il y a eu c'est que globalement, les catalogues d'exposition se rapprochent de plus en plus d'un beau-livre d'art et ne sont plus uniquement des catalogues d'exposition, c'est à dire qu'ils sont pérennes au-delà d'une expo : cela devient des monographies et on essaye tous désespérément que les libraires gardent nos livres après la fin des expositions, ce qui n'est pas facile.*

En résumant schématiquement, afin de mieux vendre les catalogues d'exposition on donnerait à ces derniers la forme de beaux-livres d'art et pour mieux vendre les beaux-livres d'art on reprendrait des éléments constitutifs du catalogue d'exposition. C'est cette double tendance qui serait à l'origine d'une hybridation des formes du livre sur l'art. Reste alors le contenu du livre. Une comparaison de livres publiés à l'occasion d'une même exposition tentera de rendre compte du panorama de contenus qui s'offrent au lecteur sous la même forme de livres sur l'art.

Cette comparaison a été réalisée entre 5 livres publiés à l'occasion de la rétrospective sur la peintre Elisabeth Louise Vigée Le Brun, au Grand Palais, de septembre 2015 à janvier 2016. Le corpus se compose du catalogue d'exposition et de 4 publications « en lien ». Le thème de la peinture a volontairement été retenu comme premier thème de lecture sur l'art, et premier type de publication des éditeurs. Cette catégorie de livre sur l'art répandue, sera plus à même de révéler des tendances que des publications plus rares sur la photographie ou la sculpture. Ajoutons à cela qu'il est rare de trouver autant de livres publiés « en lien » pour une exposition d'art contemporain ou de sculpture. C'est le paratexte (texte autour du livre : titre, texte de 4<sup>ème</sup> ...) et la constitution du sommaire qui ont fait l'objet d'un relevé pour chaque livre du corpus<sup>107</sup>. L'analyse de ces relevés vise à distinguer les différents objectifs de ces publications, à

---

<sup>107</sup> Voir Couvertures et analyse du corpus | Annexes N° XX à XXVI

quel public elles s'adressent, et de quelle manière le paratexte est-il élaboré en conséquence.

Un premier constat, concernant le titre des ouvrages, ressort du relevé : la même artiste n'est pas orthographiée de la même manière. À bien y regarder, aucun des cinq éditeurs n'écrit son identité de la même manière, à commencer par son prénom : Elisabeth Louise (RMN), Louise Elisabeth (Artlys), Louise-Elisabeth (Citadelles & Mazenod, Eyrolles). Plus surprenant encore on relève 3 orthographes de son nom : Vigée Le Brun (RMN, Artlys, Larousse), Vigée-Le Brun (Citadelles & Mazenod), Vigée-Lebrun (Eyrolles). Ce qui peut apparaître comme un détail est annonciateur de la manière dont un objet va être traité par cinq éditeurs différents au même moment, et met en lumière la responsabilité de l'éditeur en tant que diffuseur de contenu.

#### *Orthographe de l'identité de l'artiste en Plat 1*

---

---

RMN	Elisabeth Louise Vigée Le Brun
Artlys	Louise Elisabeth Vigée Le Brun
Citadelles & Mazenod	Louise-Elisabeth Vigée-Le Brun
Eyrolles	Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun
Larousse	Vigée Le Brun

---

La mention du nom de l'auteur ou des auteurs de l'ouvrage a également fait l'objet d'un relevé en ce que la mention de l'auteur constitue pour l'éditeur un gage de crédibilité, de légitimation du contenu. Or sur 5 éditeurs, seuls deux éditeurs – Artlys et Eyrolles – mentionnent le nom de leur auteur en couverture. Il est rare qu'un catalogue d'exposition mentionne en couverture le nom de ses auteurs, on peut citer deux raisons à cela : souvent, l'ouvrage est signé par un collectif d'auteurs, une liste exhaustive encombrerait visuellement la couverture, d'autre part, on peut supposer que le catalogue, livre officiel de l'exposition, accumule en lui-même suffisamment de critères de légitimation – les commissaires d'expositions, les chercheurs et historiens sont le plus souvent les auteurs des catalogues – et il n'est donc pas nécessaire de rendre ces noms

visibles. Pour les 4 autres livres de notre corpus, il est intéressant d'examiner qui sont les auteurs.

*Mentions de(s) l'auteur sur la couverture*

	Plat 1	Dos	Plat 4
RMN	NON	NON	NON
Artlys	OUI	NON	OUI
Citadelles & Mazenod	-	-	-
Eyrolles	OUI	OUI	OUI
Larousse	NON	NON	NON

Éliminons d'ores et déjà le livre des éditions Citadelles & Mazenod qui constitue en fait une édition des *Souvenirs* de Louise Elisabeth Vigée Le Brun. L'auteure, c'est elle. En revanche, la mention en pages de titre de Patrick Wald Lasowi, qui signe la présentation et les annotations de cette édition est significative. La posture de l'éditeur est clairement de valoriser le contenu publié autour des textes de l'artiste. On peut ainsi lire sur Patrick Wald Lasowi : « professeur à l'université de Paris VIII-Vincennes-Saint-Denis, est l'un des plus éminent spécialiste du XVIII<sup>e</sup> siècle. Il a été responsable des deux volumes des *Romanciers libertins du XVIII<sup>e</sup> siècle* dans la Bibliothèque de la Pléiade (Gallimard). [...] ». Le contenu de l'ouvrage porte ainsi le sceau de la qualité et de l'expertise d'un spécialiste. La volonté de légitimer le propos du livre transparait en couverture pour les titres publiés par les éditions Artlys et Eyrolles : les deux ouvrages mentionnent le nom de l'auteur sur le Plat 1 et consacrent chacun quelques lignes sur leur auteur en Plat 4. On apprend que Cécile Berly (auteure de *Louise Elisabeth Vigée Le Brun, Peindre et écrire Marie-Antoinette et son temps*) est « historienne » (en Plat 4) et une biographie de cette dernière est insérée dans le rabat arrière de la jaquette qui recouvre le livre : « historienne, spécialiste de la Révolution française et du XVII<sup>e</sup> siècle » ainsi que ses autres livres publiés chez Perrin ou Citadelles & Mazenod, des éditeurs

spécialistes de l'Histoire et de l'Histoire de l'art. Le livre publié par Eyrolles présente des indices de légitimation similaires pour asseoir l'autorité de son auteur, Haldane Macfall est « officier, écrivain, critique d'art et artiste ». Notre analyse n'entend pas trancher si ces éléments parviennent à leur but, mais à distinguer les différents partis-pris des éditeurs pour se distinguer de leurs concurrents. Enfin, le livre publié aux éditions Larousse ne mentionne l'auteur qu'en page de titre, il s'agit de Johann Protais, aucune information supplémentaire sur son identité n'apparaît dans le livre. Après de brèves recherches, il s'avère que Johann Protais est agrégé d'Histoire et professeur d'histoire et d'histoire des arts, un profil d'auteur somme toute légitime. La non mention de son nom en couverture relève donc d'un choix délibéré qui trouvera peut-être une explication dans la synthèse d'analyse des sommaires des ouvrages.

L'analyse des sommaires des ouvrages du corpus est apparue assez significative dans la recherche du type de contenus proposés. Le catalogue de l'exposition se compose de 4 parties : une longue introduction illustrée (23 pages), 7 essais thématiques signés (Xavier Salomon, Pascale Gorguet Ballesteros, Katharine Baetjer, Stéphane Guégan, Paul Lang, Geneviève Haroche-Bouzinac), le catalogue de l'exposition (avec des parties thématiques parallèles aux salles), puis, des annexes fournies. Le contenu du livre est double : une analyse de l'œuvre de l'artiste par des experts de l'Histoire de l'art (historiens, commissaires d'exposition) et un compte rendu de l'exposition physique. La mission du catalogue est elle aussi double : rendre compte de l'avancée de la recherche en Histoire de l'art sur un artiste, et diffuser l'exposition au public même une fois celle-ci terminée. Ici encore, le livre publié par Citadelles & Mazenod sort des critères de notre étude du corpus puisqu'il s'agit non pas d'un livre d'art sur Elisabeth Louise Vigée Le Brun mais d'un texte de l'artiste, illustré par ses œuvres. Cependant le positionnement de la maison d'édition est intéressant puisque le livre sort de l'ensemble des autres livres proposés et donc ne s'inscrit pas dans la même cible de vente. Le livre des éditions Artlys se décompose en 3 chapitres thématiques et problématisés : Une femme peintre au XVIII<sup>e</sup> siècle ; Vigée Le Brun et Marie-Antoinette un couple mythique de l'Histoire de l'art ; L'Ancien régime en portraits et en mots. Il propose des éléments de compréhension de l'Histoire de l'art et d'analyse de l'œuvre de l'artiste. La présence d'une bibliographie indique un travail documenté, le livre de 188 pages est en effet riche en textes. Le livre des éditions Eyrolles, se veut exhaustif avec 4 chapitres chronologiques : Les premières années ; Portraitiste ; L'exil ; Le retour en France. Il est très illustré tout en accordant une place importante au texte : œuvres

légendées et paragraphes d'analyse ou de contexte historique, et citation des "Souvenirs" de l'artiste. Le livre se veut un « Complément utile de vos visites, réelles ou virtuelles<sup>108</sup> », il se présente donc comme un concurrent direct si ce n'est du catalogue, de publications officielles des musées, telles que l'album de l'exposition. Enfin le livre publié par les éditions Larousse se compose de 4 chapitres thématiques : La vie et l'époque ; Les lieux : de Versailles à Vienne ; Styles et technique ; Les Chefs-d'œuvre. Le dernier chapitre est une galerie de reproductions choisies « les chefs-d'œuvre » de l'artiste, sans descriptif. Le livre vise à faire découvrir l'artiste par un panorama de ses œuvres, il s'inscrit moins que les autres dans une démarche de recherche, il ne contient d'ailleurs pas de bibliographie.

Ainsi par ces quelques comparaisons, il apparaît clair qu'un thème, ici la monographie d'une artiste, peut donner lieu à une multitude de positionnements, en témoigne pour finir le prix des ouvrages qui varie du simple au triple. Il semble alors que pour cet exemple de corpus de livres publiés à l'occasion d'une exposition, le type d'ouvrages proposés soit très diversifié : de la monographie complète proposée par le catalogue d'exposition (*Elisabeth Louise Vigée Le Brun*, RMN), au livre pointu qui propose de découvrir l'artiste peintre par ses écrits (*Souvenirs*, Citadelles & Mazenod), à des livres alternatifs au catalogue, documentés (*Louise Elisabeth Vigée Le Brun, Peindre et écrire Marie-Antoinette et son temps*, Artlys ; *Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun*, Eyrolles), en passant par un ouvrage plus grand public (*Vigée Le Brun*, Larousse).

*Prix et nombre de pages des ouvrages du corpus*

	Nbre de pages	Prix
RMN	384	50 €
Artlys	188	25 €
Citadelles & Mazenod	516	59 €
Eyrolles	192	22 €
Larousse	128	12,90 €

<sup>108</sup> MACFALL Haldane | *Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun*. Éditions Eyrolles [Extrait du résumé du Plat 4] Voir grille d'analyse en Annexe XIV

### 3. Des livres sur l'art-produits dérivés ? Les cahiers de coloriages sur l'art

Un dernier point a retenu mon attention sur les livres « en lien » avec les expositions et l'actualité muséale, le développement d'objets publiés par les éditeurs d'art : il s'agit ici des coloriages pour adultes. Nés il y a quelques années sous l'appellation d'art thérapie, en 2015, 7 livres de coloriages figuraient au TOP 50 des ventes de livres pratiques GFK/*Livres Hebdo*. Or sont apparus des livres de coloriages dédiés à l'art et publiés lors des grandes expositions. Les éditions du Chêne se sont positionnées en leader de ce marché avec une quinzaine de titres par an. *Livres Hebdo* rend compte de cette tendance et de ses ressorts : « Ces cahiers de coloriages sur papier de qualité prennent des allures de beau-livre, avec une introduction aux travaux du peintre et une reproduction de chaque tableau à côté du modèle à remplir. » Signe encore de la nécessité d'offrir plusieurs livres en un, le livre de coloriage est aussi un beau-livre, une nouvelle forme d'hybridation en quelque sorte, avec un livre à regarder et à compléter. Il est intéressant de constater que des éditeurs spécialisés en art tels que Citadelles & Mazenod, s'insèrent dans ce marché. Geneviève Rudolf explique ce choix :

*R : Oui, on a fait ces petits bouquins jeunesse de coloriage, en fait c'est tout public, mais on ne voulait pas que ce soit de l'art thérapie parce qu'on voulait qu'il y ait du contenu.*

*Q : Ah oui ce ne sont pas que des coloriages ?*

*R : Non ce n'était pas possible, sinon ça ne faisait pas Citadelles. Donc il y a vraiment des notices d'œuvres, c'est ceux que l'on a vendu à 19€.*

*Q : Et qui ont bien fonctionné ?*

*R : Oui celui-ci il est sorti il y a deux ans, et celui-là à l'automne dernier.*

*Q : Mais ce n'est pas quelque chose que vous souhaitez continuer ?*

*R : On va continuer mais pas sur du coloriage. Mais c'est intéressant puisque comme il faut faire cette démarche par rapport au public, de sensibiliser, sortir un peu de la tour d'ivoire Citadelles, il faut essayer, c'est toujours risqué. Pour ça [les coloriages], on a beaucoup réfléchi parce qu'on pouvait vraiment se casser la figure mais ma fois cela a plutôt bien marché.*

On constate que si pour des éditeurs, cette tendance constitue un nouveau produit du catalogue, comme pour les éditions du Chêne qui « se centrent sur des mouvements artistiques ou des œuvres d'un artiste – Vigée Le Brun, Bonnard, Vélasquez... - et

paraissent en synchronisation avec les expositions<sup>109</sup> », pour d'autres il s'agit davantage de capter de nouveaux publics. Là encore, l'éditeur privé s'aventure sur un terrain bien connu des musées, celui du produit dérivé. Or cette catégorie de produits (affiches, cartes postales, magnets, marque pages) concentre pour Oliver Donnat<sup>110</sup> une tension « entre logique muséale et logique commerciale » avec un musée à la fois lieu de conservation et diffusion. Se dessine alors la question sous-jacente de la prise en compte des publics entre « public régulier et connaisseur et (d') un public occasionnel et profane, autrement dit, celle de la coexistence du rapport cultivé et du rapport spectaculaire à la culture ». Ce positionnement des éditeurs d'art sur des produits dérivés interroge donc la responsabilité de l'éditeur en tant que diffuseur de contenu.

Le livre de coloriage sur l'art comme objet dérivé au contenu succinct peut et doit-il être considéré comme une dérive du livre « en lien » avec une exposition vers un livre « poupouilles », tels que nommé Pierre Jaubert, directeur de la librairie du Louvre, les objets souvenirs de l'exposition en vente près des caisses ? Face au poids croissant dans les ventes, des livres « en lien » avec une exposition, des catalogues, la publication de coloriages sur l'art, produits d'une culture de masse ou la masse économique de l'objet prime sur son contenu, faut-il craindre pour les livres dits de fonds, aux contenus pointus qui participent à la construction de l'Histoire de l'art ?

---

<sup>109</sup> *Livres Hebdo* | Dossier Le livre d'art fait de la résistance, N°1085, mai 2016

<sup>110</sup> **DONNAT Olivier** | *Les publics des musées*. Publics et Musées, n°3, 1993. Du public aux visiteurs (sous la direction de Joëlle Le Marec) p.40

#### 4. Conclusion de la deuxième partie

Cette partie consacrée aux publications sur l'art liées à l'actualité et plus particulièrement à celle des musées a permis de démontrer que le marché du livre sur l'art était rythmé par les temps forts impulsés par les instances créatrices d'événements, et dans le secteur de l'art, les musées. Ce marché du livre « en lien » avec l'actualité s'est démontré plus ouvert que ne pouvait l'être celui du catalogue d'exposition, et bénéfique dans une optique de démocratisation de la culture avec des livres sur l'art plus accessibles en terme de contenu et de prix. Mais la frontière avec le livre d'images et le produit dérivé semble, être une tentation possible dans une recherche de rentabilité vitale pour les maisons même si elle ne semble pas majoritaire. L'actualité se suffit-elle à elle-même au point que l'immédiateté se substitue au besoin de construction d'une Histoire de l'art ? Assiste-t-on à une disparition des livres de fonds en art ? Quels ressorts mobilisent les éditeurs pour maintenir la publication de ces ouvrages ? Les instances publiques se positionnent-elles en régulateurs du marché ?

## TROISIÈME PARTIE

Le recul des livres de création : les éditeurs face  
à l'enjeu de permanence

## Chapitre VII

### Les éditeurs de livres d'art confrontés aux exigences de rentabilité : la redéfinition des programmations

#### 1. Des livres de création moins nombreux

Bien que la production augmente, la part croissante de livres « en lien » avec les expositions diminue la place laissée aux livres dits de création, livres de nouveautés, destinés à l'enrichissement du fonds, traitant de l'Histoire de l'art. Ce sont des publications inédites, aux contenus pointus, un état des lieux de la recherche sur un artiste. *Livres Hebdo*, dans son dossier Livres d'art d'avril 2013<sup>111</sup> pose la question de l'« avenir des monographies » :

*Pour atteindre les lecteurs, les éditeurs adaptent leur production, réduisant le nombre de créations. Cela pose la question des monographies, et plus généralement de l'ouvrage scientifique, qui n'a plus de potentiel commercial. Moins de 1 000 exemplaires de la monographie Grünewald par François-René Martin, Michel Menu et Sylvie Ramond (Hazan) ont été mis à l'office ; de quoi décourager un éditeur et des auteurs. [...] Gallimard poursuit aussi, par principe, ces monographies. « Nous n'abandonnons pas, car nous préparons un catalogue raisonné de l'œuvre d'Ernest Pignon-Ernest. Mais le risque est tel qu'il faut bien y réfléchir, reconnaît Yvon Girard. Pour le quatrième volume de l'œuvre de Soulages, c'est un engagement de fond qui correspond à l'esprit patrimonial de la maison. »*

*Flammarion a cessé ce type d'ouvrages et axe ses dix créations annuelles sur des titres abordant l'art par une thématique plus accessible au grand public comme L'histoire de France vue par les peintres ou Hommes et femmes au Moyen-Âge.*

En dehors d'une actualité, d'une grande rétrospective sur un artiste, il est difficile de vendre des monographies. Les éditrices du secteur privé ont témoigné de cette difficulté, à commencer par Geneviève Rudolf :

*Alors je crois que malheureusement, une tendance s'est amorcée depuis quelques années et s'accroît, c'est qu'il y a moins de création dans l'ensemble, vraiment sur l'art après je ne parle pas de l'illustré en général. Beaucoup d'éditeurs je pense, du fait de la conjoncture se sont un petit peu réfugiés dans le catalogue d'expo. Alors il y en a qui parviennent à maintenir de la création mais les choses sont peut-être plus formatées, avec beaucoup d'événementiel. Nous on ne fait pas de catalogue mais on cale les programmations sur de l'événementiel.*

Béatrice Petit témoigne que la baisse des ventes de livres de création l'amène à revoir la forme de ses livres. Une des conditions pour qu'un livre de création paraisse,

---

<sup>111</sup> *Livres Hebdo* | Dossier livre d'art, N°950. p.62

est de faire disparaître la part illustrée des ouvrages, pour des questions d'économies de coût de production. L'ajout d'un cahier d'illustration est aussi pratiqué. Le livre paraît mais n'en devient-il pas moins accessible, plus obscur pour un lecteur qui n'est pas averti mais qui s'intéresse à l'Histoire de l'art ?

*[...] ça va être de plus en plus difficile de faire un livre d'Histoire de l'art qui doit être présent, parce que si vous mettez un espoir de vente de 500 exemplaires vous ne pouvez pas faire le livre. Quand on est tenu, et c'est tout à fait normal, de faire un compte d'exploitation, on n'est pas là pour dilapider de l'argent qu'on n'a pas. Pour un sujet très pointu, on essaye du coup, pour ce qui est des textes extrêmement importants, de les publier dans nos collections textes, éditions poches Bibliothèque Hazan et d'ailleurs, ça ne se vend pas énormément mais au moins ils existent. Et on sait que c'est important d'avoir des textes essentiels d'historiens de l'art<sup>112</sup>.*

Le repli vers des productions plus thématiques et plus didactiques est la stratégie adoptée par le pôle art des éditions Flammarion, comme en témoigne Marion Doublet :

*R : Les livres qui ont le plus de succès ce sont les livres thématiques comme Tout sur l'art, Tout sur le design, les guides thématiques aussi.*

*Q : Vous pensez que les lecteurs recherchent des titres exhaustifs ?*

*R : Exhaustifs oui, ou en tout cas qui explicitent. Et des choses en fait un peu grand public, nous on appelle cela grand public mais c'est didactique, ça renferme tout sur un sujet en quelques pages. Et qui donne des repères, notamment pour l'art contemporain, les gens qui s'y intéressent peuvent être parfois un peu décontenancés, ont besoin d'un accompagnement, d'avoir quelques repères pour analyser, ce sont des livres pédagogiques. On a aussi des manuels, pour les étudiants.*

Ainsi, on retrouve en tête des ventes de livres sur l'art<sup>113</sup>, des livres pédagogiques sur l'art tels que *Les couleurs expliquées en images* de Michel Pastoreau au Seuil (2<sup>ème</sup> place) ou le tome 3 de *D'art d'art !* par Frédéric et Marie-Isabelle Taddei aux éditions du Chêne (11<sup>ème</sup> place).

Pour expliquer la baisse des publications de livres de création, deux raisons principales : la baisse des ventes et l'investissement financier trop lourd, en particulier pour un poste, l'iconographie. Déjà source de débats au moment de la Circulaire Jospin, l'iconographie est encore aujourd'hui un point noir pour les éditeurs d'art. Marion Doublet revient sur cette question :

*Q : Et actuellement le poste de dépenses qui est le plus problématique pour vous c'est lequel ?*

---

<sup>112</sup> **PETIT Béatrice** | *Idem*

<sup>113</sup> **Livres Hebdo** | Classement 50 meilleures ventes GFK/Livres Hebdo avril 2015-mars 2016. N° 1085, mai 2016, p.53

*R : C'est l'icone le plus important. Après je dirais que ce n'est pas tellement l'affaire des maisons d'édition mais plutôt des agences et pour moi, c'est une vraie question la reproduction d'œuvres d'art. La photographie d'œuvres d'art, d'un point de vue législatif, est considérée comme une œuvre d'art à part entière, alors que c'est un savoir-faire et pas une œuvre. Et c'est ça qui bloque le budget. C'est le principal problème de l'icone en France et le principal problème des livres d'art : rémunérer le photographe, puis payer les droits d'auteurs de l'œuvre.*

*Q : Et du coup quand c'est un artiste plus contemporain ?*

*R : C'est plus simple parce que s'il est contemporain et vivant, en général il fournit les images, lui ou sa galerie.*

*Q : Donc cela vous permet de publier plus d'artistes contemporains ?*

*R : Alors l'autre difficulté pour les artistes très contemporains c'est que même si le poste icono n'est pas très important, ce peut être des artistes plus confidentiels avec un moins grand potentiel de ventes.*

La diminution de la production de livres de création en art pose des problèmes sur le long terme, notamment avec une rupture dans l'enrichissement du fonds en Histoire de l'art d'une maison. Par exemple, la maison Flammarion, dont le fonds en grands textes sur l'Histoire de l'art est particulièrement riche, dans lequel le pôle art puise du matériel pour des rééditions lors d'une exposition par exemple, s'oriente vers une politique de nouveautés davantage tournées vers les livres ou guides thématiques d'initiation à l'art, risquant peut-être, un appauvrissement de son fonds de textes contemporains sur l'Histoire de l'art.

Afin de pallier la baisse des ventes de livres sur l'art, la redéfinition même du secteur passe par un élargissement des thèmes publiés sous l'appellation « livres d'art ». Ainsi, la musique, ou le cinéma deviennent des thèmes à part entière au-delà du *coffee table book* qu'ils ont pu constituer par le passé. De nouvelles formes de livres sur l'art apparaissent également via le format de la Bande Dessinée par exemple.

## 2. Une diversification nécessaire des thèmes publiés

La photographie a depuis longtemps investi le livre sur l'art, d'abord dans un cadre technique, parallèlement au développement de la photogravure. Cependant la photographie comme objet d'étude par les éditeurs de livres sur l'art se développe plus tard, dans les années 1970, avec des ouvrages sur des figures de l'époque, André Kertész, Henri Cartier-Bresson, Jacques-Henri Lartigues, Diane Arbus, Bernard Plossu, Richard Avedon, Brassai, Paul Strand, Édouard Boubat, Robert Doisneau, Elliott Erwitt, Herbert List, Hans Silvester, Leni Riefensthal, publiés notamment aux éditions du Chêne. Aujourd'hui il est difficile de distinguer un livre sur l'art d'un beau livre, les thèmes tels

que le cinéma ou la musique faisant l'objet d'analyses et de recherches documentaires comme pour les thèmes « classiques » de l'art, s'inscrivant désormais dans une Histoire de l'art élargie. Marion Doublet évoque les deux pôles art, et beaux-livres chez Flammarion, démontrant leurs contradictions parfois :

*Chez nous il y a un département qu'on appelle « Beaux-livres » qui publie des livres sur la musique, le cinéma. Mais c'est vrai que la question revient sur le tapis de pourquoi sommes-nous séparés alors que les livres peuvent se regrouper. Dans la collection des Tout sur... c'est la responsable du département Beaux-livres qui a publié le Tout sur le cinéma mais bon, il n'y a pas forcément une logique réfléchie derrière, ce sont plutôt les circonstances, les limites sont quand même assez floues.*

La différence majeure porterait sur le contenu, il y a des beaux-livres de cinéma, de musique, de mode et des livres sur le cinéma, la musique, la mode : les premiers seraient des livres illustrés, des *coffee table books*, les seconds des livres au contenu plus sérieux, historique, problématisé. Ces thèmes font d'ailleurs partie des programmes d'expositions des musées, parfois dans des musées spécialisés en photographie, cinéma, musique... En 2014, citons *Tatoueurs, tatoués* au musée du Quai Branly, 2015, l'exposition sur le couturier *Jean-Paul Gaultier* au Grand Palais, en 2016, le photographe *Richard Avedon* à la BnF... À titre d'exemple, Marion Doublet évoque un projet en cours au pôle art des éditions Flammarion :

*En ce moment typiquement on publie une Histoire de l'agence Magnum qui part de la thèse d'une jeune historienne de l'art qui l'a soutenue l'année dernière, et qui en fait une version nettoyée, qui va à l'essentiel, plus illustrée, etc. même si c'est un livre de texte avec des cahiers hors texte.*

Le livre s'appuie sur un travail de thèse en Histoire de l'art, la volonté de proposer un contenu documenté et sérieux est visible.

Le classement des 50 meilleures ventes de livres d'art GFK/*Livres Hebdo* (avril 2015-mars 2016), révèle également l'entrée d'un nouveau thème, celui du *Street art* ou Art urbain. Né dans les années 1960, ce n'est que récemment qu'il trouve une légitimation et une reconnaissance auprès du public, avec par exemple en 2013, une grande rétrospective sur Keith Haring au musée d'Art Moderne. Cette entrée du *Street art* dans les thèmes officiels de l'art, s'explique par le regard rétrospectif qu'il est possible de poser sur son histoire récente (moins de soixante ans), et par une nouvelle vague d'artistes signant le renouveau du *Street art* : le photographe spécialiste du collage monumental, JR, ou bien l'énigmatique peintre au pochoir Banksy. Ces deux artistes figurent au palmarès des meilleures ventes. Banksy fait l'objet de trois livres : *Banksy : vous représentez un niveau de menace acceptable* (9<sup>e</sup> place), *Guerre et spray*

(24<sup>e</sup> place) aux éditions Alternatives, *Planète Banksy : l'homme, son œuvre et ceux qu'il a inspirés...* (49<sup>e</sup>) aux éditions Hugo Desinge. Enfin, *JR : l'art peut-il changer le monde ?* chez Paidon est 21<sup>ème</sup>. Pour terminer, deux livres généralistes sur le genre, *Street art : poésie urbaine* en 4<sup>e</sup> place aux éditions Tana et *Street art : 340 œuvres sur les murs du monde* (46<sup>e</sup>) chez Gründ. On constate que ce nouveau thème entre par le biais d'éditeurs différents des leaders du secteur. Notons enfin que le plébiscite du public semble s'affranchir de l'obstacle du prix puisque les premiers livres sur le *Street art*, dans la moitié haute du classement, affichent des prix supérieurs à 25€ (*JR : l'art peut-il changer le monde ?*, 49,95€; *Street art : poésie urbaine*, 29,95€; *Banksy : vous représentez un niveau de menace acceptable*, 29,95€). Ainsi parmi les trois livres sur l'artiste Banksy, le dernier du classement (49<sup>e</sup>), est aussi celui au prix moins élevé – 17,50€ – signe d'un intérêt de la part du public pour la qualité des contenus, le nombre d'illustrations...

Autre indice du succès des thèmes hors des classiques du secteur du livre d'art (peinture, dessins, architecture, sculpture), dans ce même palmarès, il est intéressant de constater que parmi les cinq ouvrages Taschen présents, le premier ouvrage, 10<sup>ème</sup> du TOP 50, est *Genesis* du photographe contemporain Sebastião Salgado, à 49,90€ tandis que le livre sur Velàzquez, peintre à la forte actualité en 2015, au prix très accessible de 7,99€ arrive lui 15<sup>e</sup>.

Enfin, la diversification de thèmes s'accompagne en parallèle d'une diversification des formats. L'élargissement du public de livres sur l'art passe par la conquête de nouveaux formats, et notamment celui de la Bande Dessinée. Deux collections sont, sur ce sujet, significatives : la collection *Les Grands Peintres* (éditions Glénat) et la collection BD du Louvre, en coédition avec les éditions Futuropolis, à l'origine de plusieurs publications en 10 ans. Plus récente, la collection *Les Grands Peintres*, initiée en mars 2015, classée dans la collection « histoire » de l'éditeur, compte 15 titres. Le principe de la collection, est de faire découvrir les artistes cachés derrière les chefs-d'œuvre. Notons que la collection est dédiée aux peintres, or on a vu que la peinture était une valeur sûre en matière de thème artistique. Les peintres choisis sont des peintres célèbres : Auguste Renoir, Jérôme Bosch, Gustave Courbet, David, Egon Schiele, Paul Gauguin, Georges de la Tour, Léonard de Vinci, Monet, Pieter Bruegel, Théodore Géricault, Toulouse-Lautrec et Vincent Van Gogh. Sur son site, la maison d'édition présente la collection ainsi :

***On dit d'un grand tableau qu'il raconte une histoire... Laissez-nous vous raconter l'histoire qui se cache derrière le tableau.***

*Des grands peintres, on retient le nom. Parfois, l'image de leurs chefs-d'œuvre. Éventuellement, le titre d'une œuvre. Et à part ça ? Étaient-ils jeunes, vieux, riches ou pauvres ? Vivaient-ils en temps de guerre ou de paix ? Étaient-ils des marginaux ou influents, menant une vie aisée ? Fréquentaient-ils leurs pairs ou travaillaient-ils dans l'isolement le plus total ? Et quel rapport tout cela a-t-il avec leur peinture ?...*

*La nouvelle collection Les Grands Peintres propose de dresser en bande dessinée un portrait de ces hommes hors du commun. En s'attardant sur un moment précis de la vie d'un peintre, elle vise à resituer avec précision le contexte historique, artistique, politique ou personnel dans lequel il en est arrivé à peindre l'un de ses tableaux les plus emblématiques. L'objectif n'est pas de retracer une vie entière, mais bien de raconter à chaque fois une histoire permettant de capter au mieux la personnalité de l'artiste et de son œuvre.*

*Ainsi, selon le genre qui y est développé (récit historique, fiction, polar, fantastique...) et l'ambition de ses auteurs, chaque récit, formant une histoire indépendante et autonome, possède son identité propre. Par ailleurs, tous les albums de la collection sont prolongés par un **cahier documentaire et pédagogique** de 8 pages rédigé par Dimitri Joannidès, expert en art moderne et contemporain et collaborateur régulier à la Gazette Drouot.*

Cette collection originale double la fiction d'un contenu instructif avec « un cahier documentaire et pédagogique ». La mention de l'auteur de ces cahiers, comme un « expert en art moderne et contemporain et collaborateur régulier à la *Gazette Drouot* », vise à légitimer le contenu. Il serait intéressant de connaître le public de ces Bandes Dessinées, puisqu'il est possible qu'au lieu d'amener des lecteurs de BD à l'art, il conduise plutôt des lecteurs de livres sur l'art à la Bande Dessinée. Cette collection, prévoyant initialement 30 publications, ne semble pas se poursuivre en 2017, signe qu'elle n'a peut-être pas rencontré son public.

Il semble donc que cette baisse des ventes d'ouvrages de création ait amené les éditeurs à repenser et redéfinir leurs programmes de publications, on l'a vu en deuxième partie, avec une large part accordée à l'actualité muséale, mais également à l'éducation à l'art avec des ouvrages plus thématiques et pédagogiques. L'élargissement même des domaines traités par le livre d'art semble faire recette, avec un attrait du public pour les livres d'Histoire de l'art sur le cinéma, la musique, ou encore sur le *street art*. Notons toutefois qu'en matière de sauvegarde des publications de recherche en Histoire de l'art, le numérique fait l'objet de tentatives de la part d'un éditeur public. La Réunion des Musées Nationaux a en effet engagé une politique de publications de catalogues raisonnés depuis 2004, en libre accès sur l'Internet. À ce jour 11 catalogues

raisonnés sont accessibles – le dernier datant de 2011 – sur des sujets variés, du plus accessible au plus pointu, de la Galerie des Glaces de Versailles aux 285 dessins, du XVII<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle du château de Pau. La gratuité d'accès à ces catalogues raisonnés s'explique par la mission de service public de la RMN, une application de ce genre de publications à l'édition privée est encore lointaine. La question, une fois encore, des droits de reproductions des œuvres, qui n'échappent pas au support numérique, combinée aux coûts de développement encore élevés ralentissent sans doute la progression de ce marché.

## Chapitre VIII

### Le CNL et la commission art, soutien à la création ?

Face au repli de la production des livres sur l'art vers l'actualité muséale, et au recul des livres de création faute de moyens suffisants et de faibles potentiels de vente, voit-on se développer une politique culturelle de sauvetage du livre de création ? Comment les institutions parapubliques tentent-elles de rééquilibrer ce marché en crise. Un focus sur la commission Art du Centre National du Livre, et l'examen du type d'ouvrages bénéficiant de subventions d'aide à la publication, tentera d'éclairer ce point.

#### 1. Le CNL : missions et fonctionnement

Le CNL est un établissement public, qui a fêté ses 70 ans en 2016. D'abord Caisse Nationale des Lettres (1946-1973), puis Centre National des Lettres (1973-1993), le Centre National du Livre, a pour missions « de soutenir et d'encourager l'activité littéraire des écrivains français, de favoriser par des subventions, avances de fonds ou tous autres moyens, l'édition ou la réédition par les entreprises françaises, d'œuvres littéraires dont il importe d'assurer la publication<sup>114</sup>. » Le CNL soutient la diversité des publications françaises par le biais de subventions. Le budget du CNL est issu d'abord d'une taxe sur le chiffre d'affaires de l'édition et d'une taxe sur l'achat d'outils de reprographie. Il est intéressant de constater que c'est l'industrie du livre, qui par une taxe sur son chiffre d'affaires, vient en aide à la chaîne du livre. La taxe sur les appareils de reprographie prend sens, puisque la photocopie des livres entraîne une baisse des ventes de ses derniers, avec une diffusion parallèle des textes. Le soutien à la chaîne du livre est large : des auteurs aux éditeurs, des librairies aux bibliothèques.

Le CNL est divisé en 19 commissions – parmi lesquelles la commission Économie du numérique, Librairie indépendante de référence, Littérature jeunesse ou encore Poésie – chargées de l'examen des demandes et de l'attribution de subventions. Pour notre sujet, nous nous sommes intéressés à la commission Art, et plus particulièrement à la section « subvention à l'édition ». Le président actuel de la commission Art n'est autre que Stéphane Guégan, conservateur au département des peintures du musée d'Orsay. Chaque membre de la commission est lié au livre d'art par sa profession : universitaire,

---

<sup>114</sup> **Centre National du Livre** | Site officiel : texte de présentation de l'Histoire du CNL.  
URL : <http://www.centrenationaldulivre.fr> (consulté le 28/05/2017)

professeur d'Histoire de l'art, conservateur de musée... Afin de mieux connaître le fonctionnement de la commission Art, j'ai rencontré Philippe Babo, adjoint au Chef du Département de la Création – pôle non-fiction. Il est nécessaire de préciser que deux établissements publics accordent des subventions aux éditeurs d'art, le CNL et le CNAP (Centre National des Arts Plastiques), ce dernier délimite son champ d'action à l'art contemporain et aux précurseurs de l'art contemporain. Pour des raisons de faisabilité seul un témoignage d'un agent du CNL a été recueilli.

Comment fonctionne la commission Art ? Comment sont attribuées les aides et selon quels critères ? Plusieurs étapes jalonnent le parcours d'une demande, de son arrivée au CNL jusqu'à son approbation ou son refus. Philippe Babo a expliqué en détail ces étapes :

#### *La réception et le tri des dossiers*

Chaque commission réalise trois sessions d'attribution de subventions par an. À réception des demandes, un premier tri est effectué avec le contrôle que le dossier est complet, qu'il a été adressé à la bonne commission – les confusions en art entre le CNAP et le CNL sont courantes – les dossiers sont alors réaffectés.

#### *La répartition des dossiers*

Ensuite, des lots de demandes sont répartis entre les agents administratifs et les membres de la commission pour être examinés. Certains dossiers sont externalisés pour examen par un spécialiste du sujet, en témoigne Philippe Babo :

*Les membres de la commission prennent chacun deux ou trois dossiers, et le reste est externalisé. Pour la commission art c'est 1/3 à l'extérieur, à des universitaires pour évaluation. On a un vivier qu'il faut toujours enrichir, on a toujours besoin de nouveaux spécialistes. Tout l'art est de ne pas tomber sur l'ennemi juré de l'auteur...*

Les dossiers ne sont pas anonymes, le nom de l'éditeur et des auteurs sont mentionnés, exception faite des traducteurs, car « [...] ils se connaissent tous et il peut y avoir des préjugés positifs ou négatifs. »

#### *La lecture et l'établissement d'une fiche de lecture par un expert du sujet*

Chaque dossier contient un formulaire de demande, un argumentaire, un manuscrit, les contrats et les devis. Le lecteur rend une fiche de lecture avec un avis : prioritaire, favorable, réservé ou défavorable. Des critères généraux d'évaluation, au nombre de huit, visent une évaluation calibrée : intérêt et apport nouveau de l'ouvrage, qualité littéraire, qualité scientifique, qualification de l'auteur sur le sujet traité, qualité du

projet éditorial, cohérence du projet au regard du catalogue de l'éditeur, adaptation du prix par rapport au public visé, valeur patrimoniale (ouvrage d'érudition). Enfin une note de synthèse calibrée à 1 800 signes maximum complète la grille d'évaluation avec l'avis rédigé et étayé du lecteur. On constate que l'évaluation de contenu prime totalement sur la forme de l'ouvrage, et que déterminer la qualité du contenu est une priorité, d'où une sélection de lecteurs spécialistes, à même d'évaluer leurs pairs, à la manière des comités scientifiques pour la publication d'articles en quelque sorte.

*Le passage en commission : notation-classement des ouvrages, débats, niveau de subvention accordé*

Les membres de la commission examinent chaque demande à la lumière de la fiche de lecture établie, et débattent entre eux de l'intérêt du projet et de la qualité de l'ouvrage. « Après on donne des étoiles : 3 étoiles c'est 60 %, 2 c'est 40 % et 1 c'est s'il nous reste du budget, mais parfois on n'arrive pas à satisfaire tous les 2 étoiles, on est obligé d'en éliminer des bons. » En cas de désaccord pour l'attribution d'une subvention, la commission procède au vote à main levée – la voix du président compte double. Il arrive également que certains dossiers soient ajournés à une prochaine session si des éléments manquent pour l'évaluation totale de la commission, telles qu'une préface, des annexes... laissant ainsi le temps à l'éditeur de compléter son dossier. Philippe Babo note sur le soin apporté aux dossiers de demandes : « Alors parfois on a des dossiers non paginés, ça ne met pas dans de bonnes dispositions, ils demandent quand même de l'argent, il me semble qu'une bonne présentation s'impose. » Il fait état d'une précipitation visible pour certains dossiers qui peuvent parfois les pénaliser. En moyenne plus d'un dossier sur deux se voit attribuer une subvention.

*Suivi des projets et attribution de l'aide à parution*

Afin de garantir la justesse de l'aide, une fois le livre terminé, les agents procèdent à une vérification des dépenses des éditeurs pour le projet. Si les données fournies pour le dossier varient de plus de 15 % avec les données finales, les factures sont examinées et l'aide recalculée. Il ne s'agit pas forcément d'une surévaluation des coûts, Philippe Babo explique que « le projet peu varier, c'est normal » mais que de rares abus ont lieu : « C'est arrivé qu'on nous présente un imprimeur français et que finalement le livre soit imprimé en Bulgarie [...]. »

## 2. Qui est aidé ? La sauvegarde des livres de création assurée ?

Il est tant d'examiner quels projets font l'objet d'une aide, dans notre préoccupation de savoir si l'attribution de subventions d'aide à la publication par le CNL, peut apparaître comme un régulateur et un défenseur de la diversité des publications de livres d'art. Philippe Babo distingue des types de publications exclus d'office des demandes de subvention :

*Nous on exclut les catalogues d'exposition et de manière générale sauf exception, on exclut aussi les Beaux-livres. Parce que ça part du présupposé que ce sont des livres qui se vendent tout seul, qui n'ont pas d'apport scientifique, donc on aide les beaux-livres qui ont un contenu scientifique, des livres de Citadelles & Mazenod, de Hazan, mais on ne va pas aider le x<sup>ème</sup> livre édité sur Doisneau, c'est une question de bon sens, les éditeurs s'autocensurent dans leurs demandes de subventions. Citadelles & Mazenod on les aide régulièrement mais ils ne nous donneront pas les ouvrages les plus commerciaux, les plus évidents.*

Après vérification via le *Bilan annuel des aides* du CNL<sup>115</sup>, publié chaque année, en 2015, dans la rubrique « subvention à l'édition » de la commission Art, il s'avère qu'aucun catalogue d'exposition n'a reçu de subvention. La même année, pour cette rubrique, 83 projets ont bénéficié d'une aide. Notons ici au passage que c'est la commission Art qui bénéficie du plus de subventions en valeur – 472 210 € en 2015 – vient ensuite l'Histoire et les sciences de l'homme et de la société (337 477 €). À titre de comparaison, la dernière commission aidée en termes de subvention à la publication, est celle de la littérature jeunesse (56 920 €). Philippe Babo explique ces écarts par le poste des illustrations, particulièrement coûteux en art. D'autre part le budget alloué à chaque commission est fixé, en fonction du nombre de demande pour avoisiner les 50 à 60 % de projets aidés sur la totalité des demandes présentées. On en déduit donc que les éditeurs d'art sont particulièrement actifs dans la demande de subventions d'aide à la publication du CNL.

Le catalogue d'exposition n'est pas le seul exclu des subventions. Les beaux-livres, sans apport scientifique sont considérés comme non éligibles à ces subventions, car leur contenu ne vient pas enrichir la recherche en Histoire de l'art. De même qu'un thème déjà traité de la même manière par des éditeurs – Philippe Babo citait les nombreux livres sur le photographe Robert Doisneau – sont rejetés. Un livre qui comporterait uniquement des reproductions d'œuvres est également exclu. On l'a vu à travers les fiches de lectures remises par les lecteurs, l'attention accordée à la qualité et l'apport

---

<sup>115</sup> Centre National du Livre | *Bilan annuel des aides 2015*. p.205

scientifique des textes sont capitaux. Il s'agit pour le CNL de favoriser les dossiers sur des sujets plus confidentiels, aux potentiels de vente faibles car aux sujets pointus. La situation de la maison d'édition elle-même fait l'objet d'un examen. La maison d'édition peut être jeune mais doit compter au moins trois livres à son catalogue et un réseau de diffusion solide.

Malgré tous ces critères, Philippe Babo constate qu'en édition d'art, la demande est toujours accrue tandis qu'en littérature d'érudition et de philosophie, le nombre de demandes a baissé de manière significative. Selon lui ces deux tendances sont un signe que ces secteurs sont en difficulté :

*Ce qui est très bizarre c'est qu'en littérature d'érudition, en philosophie, on note une baisse assez sensible, par contre en art c'est quand même un secteur qui se maintient. Alors on pourrait dire dans les deux cas que c'est le symptôme que ça va mal, en littérature classique et en philo on peut dire qu'il y a de moins en moins de livres publiés. Et effectivement la demande se maintient en Art, ils en ont peut-être plus besoin qu'avant. Cela fait un certain temps qu'on a atteint un maximum et qu'on y reste à peu près.*

Le nombre accru de demandes de la part des éditeurs d'art vient donc nuancer la baisse des publications des livres de création avec des éditeurs toujours actifs dans ce secteur, malgré la redéfinition des programmes de publications, tout en soulignant la fragilité des éditeurs à pouvoir financer ce type de projets.

### 3. Le CNL en pratique : des livres de création sur la sellette ?

Sans subvention, les éditeurs sont-ils contraints d'abandonner un projet de livre de création ? C'est la question que nous nous sommes posés avec les éditeurs privés en entretien. Deux éditeurs parmi le corpus avaient recouru fréquemment aux demandes de subvention – les éditeurs publics étant exclus de ce système de subventions, et le pôle art des éditions Flammarion ayant rarement la possibilité de faire ces demandes, la priorité de la maison allant aux subventions pour le département « Savoirs ». Pour Béatrice Petit, aux éditions Hazan, la subvention est bienvenue mais pas encore critère obligatoire à la publication d'un livre :

*Non ce n'est pas du bonus c'est qu'on est moins en déficit. Mais je pense que là ils vont nous dire qu'il faut arrêter d'être en perte. Donc c'est pour cela qu'il faut faire moins de titres en fait, tant qu'à faire, il faut être raisonnable.*

De même Geneviève Rudolf qui dénombre un ou deux projets subventionnés en moyenne par an, évoque un complément favorable à la publication mais pas indispensable. La contrainte de présenter un manuscrit, constitue en soi une avancée

trop grande dans le projet du livre pour faire machine arrière en cas d'absence de subvention :

*Q : Est-ce que parfois cette subvention peut être condition de la publication d'un livre ?*

*R : Non parce qu'il faut présenter un manuscrit complet donc il est hors de question de dire à un auteur « écrivez-moi le texte et on verra si on le publie ». Mais je sais qu'il y a des éditeurs qui le font, j'ai appris ça, j'ai trouvé cela terrible. Alors quand ce n'est pas une commande je veux bien, mais sinon c'est délicat quand même. Alors quand on l'a [la subvention], tant mieux...*

Pour savoir si des projets de livres sont avortés en cas d'absence d'attribution d'une subvention à la publication par le CNL, il faudrait pouvoir dénombrer les projets parus ou non, après refus de subvention. Or pour l'instant, le CNL ne réalise aucune étude de cette sorte, Philippe Babo a évoqué en entretien ce travail d'inventaire comme imminent.

Le CNL apparaît bien comme un garant de la diversité des publications des éditeurs d'art via des subventions à la publication. En revanche on peut s'interroger sur la capacité de ces livres à s'adresser au plus grand nombre. Dans l'acceptation d'une définition de la démocratisation de la culture, non pas comme une vulgarisation des textes mais justement comme l'accès aux textes les plus pointus, il semble que cette question soit mise de côté. Ainsi, Philippe Babo s'interroge sur ce point :

*[...] C'est vrai que ce sont des livres qui restent chers. Donc c'est pour que les livres chers soient un peu plus accessibles en terme de prix. [...] C'est vrai qu'en art c'est une question plus aiguë car, est-ce que c'est notre rôle d'aider Citadelles & Mazenod à faire des énormes bouquins, alors qu'ils vont être vendu 140 € au lieu de 170 € mais on aide quand même. Le problème c'est, est-ce que c'est notre rôle d'aider des livres chers, avant on avait même une section bibliophilie avec des livres à 800 €. D'un autre côté c'est pour aider des savoirs-faire, des métiers en voie de disparition.*

La priorité du CNL, pour l'édition, demeure donc l'aide à l'industrie du livre, en tant que corps de métier, qui subit de plein fouet les mutations technologiques dont la dématérialisation des informations via l'outil numérique. La prise en compte du public est ici secondaire, le contenu prime sur la réception de ce dernier.

## Chapitre IX

### Les éditeurs d'art à la recherche d'un équilibre pérenne ? Focus sur les éditions Citadelles & Mazenod

Malgré les nombreux facteurs de crise – baisse de la fréquentation des librairies, baisse des ventes de livres de création, difficultés à assurer la rentabilité des ouvrages – on constate le maintien des maisons d'éditions spécialisées (A. et J. Picard, Xavier Barral, éditions Lienart, Cercles d'art, etc.) et, dans notre corpus, les éditions Hazan et Citadelles & Mazenod. On a constaté également le poids croissant de l'actualité muséale et de l'événementiel culturel sur les programmes de publication des éditeurs. Cependant, pour dépasser ce temps éphémère de mise en valeur d'un artiste, d'un courant artistique, il semblerait que les éditeurs maintiennent la politique d'enrichissement du fonds. Le fonds – qui désigne l'ensemble de la production accumulée – est une ressource dans laquelle il est possible de puiser des textes pour de nouvelles publications, ou des éditions enrichies, mises à jour. L'appui du CNL via les subventions à la publication, encourage ce maintien. Le fonds constitue une base solide de textes pour la maison d'édition, ce dont témoigne Marion Doublet, aux éditions Flammarion : « chez Flammarion on a la chance d'avoir un fonds en art vraiment très riche et essentiel parce que les grands textes des historiens de l'art sont chez Flammarion. » En effet, l'exploitation du fonds représente par exemple pour le pôle art des éditions Flammarion, 5 publications sur 25 chaque année. Or l'arrêt de la publication de livres de création stopperait cette chaîne d'enrichissement du fonds, et à long terme constituerait un manque à gagner pour les éditeurs. Il m'est apparu que les éditions Citadelles & Mazenod – à travers l'interview de leur directrice éditoriale, Geneviève Rudolf – condensaient les problématiques actuelles et les mutations en cours dans ce secteur. L'étude de cas suivante, à travers le catalogue 2016/2017 de la maison d'édition et les propos recueillis en entretien, tenta de dresser le portrait d'un secteur en recherche de stabilité.

## 1. La diversification du catalogue : un élargissement des thèmes. L'éditeur d'art peut-il échapper au catalogue d'exposition ?

Comme on a pu l'évoquer plus haut, une diversification des thèmes est à l'œuvre dans le secteur des livres sur l'art, Geneviève Rudolf évoque cet élargissement des thèmes :

*Alors comme on a à peu près une vingtaine de titres par an, il faut essayer de satisfaire tout le monde, être assez variés dans l'offre que l'on propose [...] le catalogue s'est beaucoup diversifié tout en restant centré sur l'Histoire de l'art mais au sens très large, ça va de la Préhistoire jusqu'à de l'Art contemporain, la BD, le cinéma, la mode mais du point de vue Histoire de l'art.*

Cependant, la maison d'édition ne semble pas avoir développé, contrairement à beaucoup d'autres maisons éditant des livres d'art, la publication de catalogues d'exposition. La directrice éditoriale justifie ce choix par l'effectif réduit de l'équipe éditoriale – cinq personnes – or on a pu constater par exemple, aux éditions Hazan, qu'avec seulement deux éditrices, la publication de catalogues était possible. Cette absence sur le marché du catalogue d'exposition trouve peut-être une autre explication au regard du programme de publications de la maison d'édition.

### *Catalogue 2016/2017 des éditions Citadelles & Mazenod*

Titres	Nbre de pages	Illustrations	Prix
Animaux cachés, animaux secrets	268	220	59 €
La Majolique, l'âge d'or de la faïence italienne au XVI <sup>e</sup> siècle	272	260	59 €
Les vitraux de Chagall	240	200	69 €
Cinéma et mode	208	200	69 €
L'art de la photographie - nouvelle édition brochée	620	620	89 €
La peinture Nordique	304	250	95 €
Bernard Buffet, les années 1950 - entretien avec Pierre Bergé	192	120	59 €
L'art en coloriages, Chefs-d'œuvre du XX <sup>e</sup> siècle	128	-	19,90 €
Les affiches des vins	184	180	49 €
Klee	304	250	95 €
Les Vélins du muséum national d'Histoires naturelles	624	830	430 €
Magritte	328	330	235 €
Suzhou, l'âge d'or d'une cité chinoise	154	-	125 €

Architectures sacrées	432	500	189 €
Art déco sculpture	404	600	135 €
L'art & la table	400	325	189 €
L'art du XIX <sup>e</sup> siècle	608	670	205 €
Venise	496	500	205 €
Écrire la mythologie	528	400	219 €

---

Source : Citadelles & Mazenod, catalogue 2016/2017

Tout d'abord, la diversification des thèmes est bien visible à travers le corpus de titres publiés avec des ouvrages (surlignés en bleu) sur la photographie, le cinéma, la mode ou encore la publicité. L'examen du nombre de pages des ouvrages, dont presque la moitié dépasse les 300 pages (9 sur les 19 titres), explique peut-être le non engagement de la maison dans la publication de catalogues d'expositions, qui eux-mêmes constituent des volumes de pages conséquents pour une équipe restreinte. On constate un rapport fort à l'actualité, par exemple une monographie sur Magritte l'année de l'exposition *René Magritte, la trahison des images* au Centre Pompidou (septembre 2016-janvier 2017) ou encore celle de Bernard Buffet l'année de l'exposition *Bernard Buffet* (octobre 2016-février 2017) au musée d'Art moderne. Geneviève Rudolf témoigne d'une double fonction de l'actualité, elle motive une publication ou bien soutient une parution :

*[...] Nous, chaque année on fait un ou deux titres calés sur des expositions, généralement ils ont bien marché. J'essaye d'être assez sélective en fait. [...] Mais par exemple Hopper, je l'avais envisagé avant qu'il y ait l'exposition, il y a eu plusieurs cas comme cela, et il y a d'autres livres qui ont été faits parce qu'on savait, un an ou deux à l'avance, qu'il y avait tel événement, on se dit « tiens, ce serait bien d'envisager ça » et dans ce cas là on a passé une commande [à un auteur]. [...] Le nombre de références baisse, pour nos grandes monographies, c'est clair qu'avant d'en lancer une, moi je me renseigne sur une expo qui peut l'appuyer, surtout quand ce sont des artistes un peu plus confidentiels entre guillemets. On essaye d'accrocher à un événement.*

Elle témoigne de son rapport contrôlé à l'actualité, avec la conscience de la concentration des productions, et donc du manque de visibilité qui en découle. L'actualité motive également l'exploitation du fonds avec des réimpressions de titres pour les grandes expositions : Vermeer au musée du Louvre, ou Rodin au Grand Palais par exemple. La diversification du programme des publications s'accompagne également d'une diversification des prix.

## 2. Un élargissement du public cible : un élargissement de la gamme de prix

Les éditions Citadelles & Mazenod sont réputées pour leurs ouvrages à la frontière de la bibliophilie, aux qualités de fabrication et de reproduction des œuvres reconnues. Pourquoi ces livres sont-ils si chers ? Le nombre d'illustrations par titre du catalogue 2016/2017 (ci-dessus), d'une centaine à plus de 800, et étant donné de la problématique des coûts iconographiques des ouvrages de livres sur l'art, est un facteur qui explique les prix de ces livres, en dehors des ordres de prix classiques. La production en Europe de la plupart des ouvrages – souvent plus chers qu'en Asie – impacte également les prix de vente. Cependant, la maison d'édition a opéré un élargissement de son offre pour attirer de nouveaux publics. Geneviève Rudolf témoigne de cette évolution : « Avant il y avait les collections et là on s'est beaucoup diversifiés, il y a beaucoup de hors collection, des formats plus petits, des formats moins chers [...]. » Le fonds apparaît une fois encore comme une ressource avec le passage d'ouvrages en plus petits formats pour les rendre plus accessibles :

*R : Oui, les livres chers c'est quand même des livres assez élitistes, au niveau du prix c'est clair que ce ne sont pas des éditions populaires.*

*Q : Et pour démocratiser vos ouvrages ?*

*R : Quand on fait des rééditions on essaye de changer les formats, par exemple pour l'art de la photographie qui était un gros livre, à plus de 200€, sorti il y a presque 10 ans, on en a fait une petite édition brochée, moins chère qui est plus accessible à 89€, avec le même contenu, très illustré aussi.*

*Q : Donc vous faites beaucoup vivre votre fonds ?*

*R : Oui parce que cela limite les frais de création, beaucoup d'éditeurs font cela. Et cela permet de redonner vie à un livre qui est épuisé et de le rendre plus accessible.*

Ainsi, on constate pour le catalogue 2016/2017, que plus d'1/3 de la production (7 titres sur 19), affiche un prix inférieur à 70 €, avec une entrée de gamme à 49 €, toujours dans la fourchette haute du secteur, mais davantage dans l'ordre de prix des catalogues d'exposition. Mais c'est dans la diffusion de ses ouvrages que Citadelles & Mazenod semble tirer son épingle du jeu.

### 3. Un modèle de diffusion particulier :

le courtage, au plus près du lecteur. L'enjeu de fidélisation.

Le tirage moyen de la maison d'édition est compris entre 2 500 et 3 000 exemplaires, ce qui peut apparaître faible, or on a pu constater que certains catalogues d'exposition pointus ne dépassaient pas les 500 exemplaires. D'autre part la maison ne pratique quasiment pas le retour en librairie, Geneviève Rudolf explique cette pratique particulière :

*Nous avons la spécificité, pour nos livres à plus de 100€, de ne pas avoir de droit de retour. Donc les mises en places sont beaucoup plus faibles parce qu'il faut que les librairies puissent les payer. Après on est très souples on fait des échanges, on gère en direct pas mal de choses. Pour ce qui est des retours ces dernières années, comme les libraires étaient plus prudent,s justement parce qu'ils avaient des problèmes de trésorerie, les retours ont été moindres parce qu'ils en prenaient moins pour être sûrs de les vendre, et du coup ce n'est pas plus mal pour nous.*

Autre particularité, si les ouvrages Citadelles & Mazenod sont diffusés par Hachette, la maison recourt au courtage, pour diffuser ses ouvrages en direct au lecteur :

*R : Alors nous on a la chance, je pense que cela y fait pour beaucoup, d'avoir un réseau de courtage. Ce sont 30 vendeurs qui travaillent pour la maison sur toute la France, qui forme un réseau séparé du réseau librairie, et donc ça c'est une force de vente très importante puisque cela représente à peu près 50 % de notre chiffre d'affaires.*

Le courtage représente près de la moitié du chiffre d'affaires de la maison, c'est-à-dire que des livres chers, difficiles à vendre en librairies, trouvent un public via une pratique qui peut apparaître désuète au regard des librairies en ligne, héritée du courtage pratiqué par les éditions Encyclopædia Universalis. Ce contact au plus près du lecteur, avec des commerciaux qui présentent chaque année les nouveautés aux particuliers mais aussi aux établissements scolaires et aux bibliothèques, permet de créer un lien et de fidéliser les acheteurs. Geneviève Rudolf évoque les avantages du courtage :

*Q : C'est un peu votre marque de fabrique de garder ce caractère de bibliophilie ?*

*R : Oui. On les vendra moins en librairie par rapport à des livres moins chers mais le réseau de courtage les vend très bien parce qu'on a des fichiers [clients] qui sont adaptés.*

*Q : Vous vendez à des collectionneurs, mais quel public vous pensez atteindre ?*

*R : C'est très difficile, j'aimerais bien le connaître, mais on sait qu'historiquement, le noyau, sur Citadelles c'était des profs. Jusque dans les années 2000, parce qu'une nouvelle génération de profs arrive, qui est moins sensibilisée aux beaux arts.*

*Q : Vous pensez que cela est du à quoi ? à leurs formations ?*

*R : Oui ce sont les formations et puis le mode de vie, les salaires de profs ne sont pas énormes, plutôt que d'acheter un livre à 200 €, je comprends que l'on préfère garder ça pour partir en week-end. Mais il y a quand même des profs qui continuent à nous acheter des livres. Après on a la bibliophilie et puis en librairie c'est difficile à dire.*

*Q : À priori c'est quand même un public assez fidèle pour que le courtage fonctionne aussi bien ?*

*R : En courtage oui, c'est grâce au rapport humain je pense.*

On constate également que le contact direct avec le particulier permet de mieux appréhender les profils d'acheteurs qu'en librairies. Pour la maison d'édition, être au plus près de son lecteur, non pas forcément dans les publications qu'il attend, mais dans un contact personnalisé est l'assurance de vendre des livres, même chers. Le ressort de la bibliophilie comme on a pu le voir également chez Taschen, avec des tirages limités pour certains ouvrages exploite, le pendant de l'actualité éphémère, c'est à dire la conservation, la collection.

#### 4. Conclusion de la troisième partie

Depuis 30 ans<sup>116</sup> la mort du livre sur l'art est annoncée, cependant au regard de l'examen – même partiel du secteur – à travers des corpus de publications et des entretiens avec les professionnels, il semble que les mutations et les crises que rencontrent les éditeurs les poussent à se réinventer sans cesse. Qu'y gagne-t-on ? Des livres d'Histoire de l'art sur tous les thèmes à rebours d'une conception élitiste de l'art qui ne se concentrerait que sur ses classiques. Peut-être un élargissement du public, sensible au *street art* et au cinéma ? On constate que malgré les difficultés, la production de livres de création perdure dans une préoccupation de durabilité et pérennisation des contenus, puisque face à l'actualité, le fonds se révèle salutaire pour remettre en valeur des productions épuisées. Les éditeurs d'art peuvent trouver un appui dans les institutions pour des partenariats ou des subventions – le CNL en tête – car les acteurs de la culture semblent avoir pris conscience du risque d'une uniformisation et d'une concentration des publications en art sur l'actualité des musées, avec la tentation d'un appauvrissement des contenus pour séduire davantage le grand public. La problématique, plus générale à l'ensemble des secteurs de l'édition, d'une surproduction de titres, est quant à elle pointée du doigt sans que pour l'instant ne s'amorce une descente. On peut donc avancer qu'avec la diversité des acteurs de l'édition d'art et des publications, les livres n'ont pas fini de transmettre au lecteur l'amour de l'art<sup>117</sup>.

---

<sup>116</sup> CHASTEL André | « Livres d'art : dans l'impasse ». Histoire de l'art, n° 3, 1988

<sup>117</sup> Le Monde | Éditer l'art, une manière d'aimer. 03/10/13. URL : [http://www.lemonde.fr/a-la-une/article/2013/10/03/editer-l-art-une-maniere-d-aimer\\_3489024\\_3208.html](http://www.lemonde.fr/a-la-une/article/2013/10/03/editer-l-art-une-maniere-d-aimer_3489024_3208.html) (consulté le 01/06/17)

## CONCLUSION

En définitive, le livre sur l'art dans le paysage éditorial actuel, s'est révélé au regard de cette étude, être un pilier de la transmission de l'Histoire de l'art et du patrimoine. La rumeur annonçant la mort du livre d'art, depuis plus de trente ans face aux nouvelles technologies semble avoir un peu d'avance. En effet, depuis le constat d'André Chastel en 1988, que « l'édition des livres d'art connaît probablement son automne<sup>118</sup> » avec la critique de catalogues d'exposition – qui accumuleraient les introductions et les notices – ou des *coffee table books* vulgarisant l'art, paraît aujourd'hui dépassée.

### Sur les axes de recherche

Sur *l'influence des programmations des musées sur les programmes de publication des éditeurs*, la fixation par la Circulaire Jospin, de la coédition entre éditeur privé et établissement public a définitivement associé l'édition privée aux activités des musées à travers la publication de catalogues d'exposition. Si, comme on l'a vu, un musée est contraint par décret de travailler en partenariat avec un éditeur privé (fabricant et diffuseur), l'établissement public est le seul à détenir le pouvoir de conclure un partenariat, faisant ainsi de l'éditeur privé un partenaire. L'hypothèse d'une domination de l'établissement public sur l'éditeur privé – prestataire de savoir-faire – est quant à elle à nuancer au regard des pratiques diverses et variées de coéditions observées, par le biais des entretiens avec des acteurs des deux pôles. Les notions de partenariat et de confiance au service de l'élaboration d'un ouvrage, et les intérêts mutuels – commerciaux, financiers, techniques – semblent dépasser les enjeux hiérarchiques avec des éditeurs privés inscrits durablement dans le paysage du catalogue d'exposition depuis une quinzaine d'année. Preuve que ce principe de coédition entre établissement public et éditeur privé s'avère fécond et durable, en témoigne la place des catalogues d'exposition dans les classements actuels de meilleures ventes.

Concernant *l'inflation des livres sur l'art liés à une actualité muséale au détriment des ouvrages dits de création*, l'examen du nombre de livres « en lien » avec les expositions de notre corpus entre les années 2005 et 2015 a démontré leur augmentation. En effet, près d'une exposition sur deux donne lieu à une publication hors catalogue d'exposition. Cependant, il est apparu nettement que le thème de

---

<sup>118</sup> CHASTEL André | *Livres d'art dans l'impasse*. Histoire de l'art, n° 3, 1988.

l'exposition, et le lieu où se déroule cette dernière, sont des facteurs déterminant dans les choix de programmation des éditeurs. En découle, pour les expositions dites phares des grands musées parisiens, une surreprésentation de titres qui a pour conséquence une diminution de l'espace de visibilité potentiel à chaque titre. Cette accumulation de titres sur un même sujet ne trouve une place que dans le prolongement de l'exposition via la librairie de musées, liant un peu plus le destin d'un ouvrage à celui du lieu institué du musée. Ce basculement, partiel, d'une politique de l'offre à une politique de la demande, est exacerbé dans le livre-objet, livre-souvenir, livre-gadget qu'incarne le livre de coloriage sur l'art. Ce dernier imitant les stratégies commerciales des produits dérivés tels qu'ils ont été développés dans les musées. Ce basculement est toutefois partiel puisqu'il n'infiltré pas tout le champ éditorial du livre sur l'art.

Sur *le rôle régulateur des institutions parapubliques*<sup>119</sup>, nous avons pu constater que le Centre National du Livre – et l'antenne dédiée à l'art contemporain, le CNAP – s'inscrivent dans cette démarche de protection de la diversité éditoriale, et de la construction continue de l'Histoire de l'art. Ce soutien, via la subvention d'aide à la publication, s'inscrit de manière conjointe dans la volonté des éditeurs de maintenir, malgré la baisse des ventes, les publications de livres de création – quitte à en revoir le format, du livre illustré au livre de textes. Nous avons constaté au regard des ouvrages aidés par le CNL, et des entretiens avec les éditeurs, que la production de livres de création demeurait tout de même active, que les mutations du paysage éditorial des livres sur l'art passent par un élargissement thématique de la production, plébiscité par le public, dans la mesure, parfois, où ce thème est d'actualité.

### **Sur la problématique**

Nous nous sommes demandés si la production de livres sur l'art quelle qu'elle soit, ne dépendait pas du rayonnement d'une actualité, qui lui confère une visibilité dans un marché du livre saturé, reflet de la société de consommation. Sans affirmer que cette corrélation à l'actualité soit l'unique moyen pour les éditeurs de vendre encore des livres sur l'art, on peut tout de même prétendre que l'analyse de la place du livre d'art dans le paysage des produits culturels, ne peut se faire sans cette conscience d'une société en prise permanente avec l'information, et qui par l'usage de nouveaux objets, numériques par exemple, voit son rapport au temps accéléré. Cette obsolescence éclair de l'information a deux effets contradictoires et complémentaires sur les pratiques

---

<sup>119</sup> C'est à dire mixtes, composées de capitaux publics et privés

culturelles : une tendance à se nourrir, de façon boulimique et peut-être superficielle d'événements culturels, mais aussi une tendance à vouloir figer cette actualité, afin de nourrir son capital culturel, le livre sur l'art, remplit et prolonge cette mission de transmission et de conservation. Cette étude a également soulevé le statut particulier du livre sur l'art, produit culturel particulièrement lié aux institutions et donc par extension, à l'État.

### **Limites au sujet**

Le principal obstacle et à la fois motivation pour traiter ce sujet, était le manque de travaux scientifiques et documentés sur le secteur du livre d'art en général mais aussi sur la coédition éditeur privé et établissement public. Le secteur du livre d'art ne suscite pas autant d'intérêt que la jeunesse ou la littérature et donc ne bénéficie pas, ou depuis trop peu de temps, de données sur ses différents sous secteurs – catalogue d'exposition, beaux-livres d'art, monographie, livre de création... Un autre obstacle fut à la fois un allié et un ennemi : Internet, banque de données infinie, mais parfois, me semble-t-il, incompatible avec l'exigence scientifique de regroupement des données. Ainsi, contrainte de glaner sur plusieurs sites des données, l'exactitude et l'exhaustivité de cette étude reste relative.

### **Autres perspectives**

Il y a selon moi, une question qui découle de ce travail, celle de la transmission et de l'éducation à l'art, et la place du livre d'art dans ce domaine. Car si le livre d'art communique l'amour de l'art, faut-il encore qu'on y ait eu accès une fois. Il serait intéressant de rechercher les mécanismes de ce décrochage du public avec l'art matérialisé par le faible public lecteur de livres sur l'art.

# Bibliographie

## Sur le livre d'art

### Ouvrages généraux

- ABENSOUR Corinne, LEGENDRE Bertrand** | *Les publics du livre d'art en bibliothèque*. LabSIC, université Paris 13, ENSSIB, septembre 2008
- BELMENOVAR Safia** | *La photographie d'édition, quels enjeux pour quels publics ? Marges*, 2012, n° 15, pp. 27 à 39
- BROGOWSKI Leszek** | *Éditer l'art : le livre d'artiste et l'histoire du livre*. Chatou : Éditions de La Transparence, 2010
- CHAKROUN Sabine** | *Le « Mai du livre d'art » a 10 ans, Bilan d'une décennie d'édition d'art*. Bulletin des Bibliothèques de France, 1998, n° 4
- CHASTEL André** | *Livres d'art : dans l'impasse*. Histoire de l'art, n° 3, 1988
- DUFRENE Bernadette** | *L'édition d'art des années 1950-1970 : des promesses non tenues*. Communication et langages, 4<sup>ème</sup> trimestre 2002, n° 134, Dossier : L'image du texte, pp. 22-38
- EYROLLES Serge** | *Les 100 mots de l'édition*. PUF, « Que sais-je ? » n° 3850, Paris, 2009
- MELOT Michel** | *L'image n'est plus ce qu'elle était*, Documentaliste-Sciences de l'Information, 2005/06, Vol. 42, pp. 361-365
- SCHUWER Philippe** | *Traité pratique de l'édition*. Cercle de la librairie, Paris, 2002

### Articles

- HEURTEMATTE Véronique** | Décryptages, C.N.L Subventions : la nouvelle donne. *Livres Hebdo*, 2014, n° 1011, p. 22
- KNAPPEK Charles, WALTER Anne-Laure** | *Les livres d'art à l'aise près des cimaises*. *Livres Hebdo*, le 17/05/2013  
URL : <<http://www.livreshebdo.fr/article/les-livres-d-art-laise-pres-des-cimaises>>
- LE MONDE** | *Éditer l'art, une manière d'aimer*. 03/10/13. URL : <[http://www.lemonde.fr/a-la-une/article/2013/10/03/editer-l-art-une-maniere-d-aimer\\_3489024\\_3208.html](http://www.lemonde.fr/a-la-une/article/2013/10/03/editer-l-art-une-maniere-d-aimer_3489024_3208.html)>
- NORMAND Clarisse** | Les métiers, Tachen Librairie chic et choc de père en fille. *Livres Hebdo*, 2015, n° 1039, p. 24
- WALTER Anne-Laure** | Livres d'art, 6 pistes pour se réinventer. *Livres Hebdo*, 2012, n° 906, pp. 53-58
- WALTER Anne-Laure** | Livres d'art, Équilibres et pas de côté. *Livres Hebdo*, 2015, n° 1041, pp. 49-55
- WALTER Anne-Laure** | Livres d'art, Plus près de toi, lecteur. *Livres Hebdo*, 2013, n° 950, pp. 57-65

### Rapport et études statistiques

- BARLUET Sophie** | Rapport Livre 2010 : « Pour que vive la politique du livre ». Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007
- BOURGUIGNON Brigitte** | Rapport parlementaire sur le livre et les industries culturelles. Commission des affaires culturelles et de l'éducation, 2013.
- Centre National Du Livre** | *Bilan des aides 2014*. URL : <[http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/7196/ressource\\_fichier\\_fr\\_2014.bilan.des.aides.ok.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/7196/ressource_fichier_fr_2014.bilan.des.aides.ok.pdf)>
- Centre National Du Livre** | *Rapport d'activité 2015*. URL : <[http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/7195/ressource\\_fichier\\_fr\\_2014.ra.2015.06.22.ok.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/7195/ressource_fichier_fr_2014.ra.2015.06.22.ok.pdf)>
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2010
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2006
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2015
- Service du livre et de la lecture et de l'Observatoire de l'économie du livre** | *Le secteur du livre : les chiffres clés 2010-2011*. Mars 2012
- SNE (Syndicat National de l'Édition)** | *Chiffres clés de l'édition 2015, données 2014 – catégorie Art et Beaux-livres*. URL : <[http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2014/08/chiffrescles\\_juin2015.pdf](http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2014/08/chiffrescles_juin2015.pdf)>

## Sur les politiques culturelles

### Ouvrages généraux et scientifiques

- BENHAMOU Françoise** | *L'économie de la culture*. La Découverte, « Repères », 2011
- DONNAT Olivier** | *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Académique », 2003
- MELOT Michel** | « Culture, transmission et communication ». Les cahiers de médiologie, 2001/1, n° 11
- PARADIS Andrée** | « Vers une culture de la fascination / Toward a Captivating Culture ». *Vie des Arts*, 1978, vol. 23, n° 91, pp. 11-87
- POIRRIER Philippe** | *Culture Publique. Opus 3 : L'Art de gouverner la culture*. Paris : (mouvement)SKITe : Sens & Tonka, 2004-2005
- TEBOUL René** | *Culture et loisirs dans la société du temps libre*. La Tour d'Aigues : Éd. de L'Aube, 2004

## Sur les musées

### Ouvrages généraux et scientifiques

- BAYARD Denis, BENGHOZI Jean-Pierre** | *Le tournant commercial des musée en France et à l'étranger*. La Documentation Française, « Département des Études », Paris, 1993
- DONNAT Olivier** | *Les publics des musées en France*. In : *Public et Musées*, n°3, 1993
- HUA Régine** | Mémoire d'étude. *Les éditions de la Réunion des Musées Nationaux*. ENSSIB, 1992
- POULOT Dominique** | *Musée et muséologie*. La Découverte, « Repères », 2009
- POULOT Dominique** | *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Hachette supérieur, 2001

### Articles de presse

- France info** | Article en ligne (22/12/2014): *Le musée Marmottan a doublé sa fréquentation en 2014 grâce aux impressionnistes*. URL : <<http://culturebox.francetvinfo.fr/arts/peinture/le-musee-marmottan-a-double-sa-frequentation-en-2014-grace-aux-impressionnistes-208141>>

### Études statistiques

- Observatoire économique du tourisme parisien** | *Enquête : fréquentation des sites culturels parisiens en 2015*. Office de tourisme de Paris, 2016
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2006
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2010
- Ministère de la Culture et de la Communication** | *Chiffres clés statistiques de la Culture*, 2015

## Sur la coédition

### Rapport et études statistiques

- GROHENS Jean-Claude** | *Sur les relations entre le secteur public et le secteur privé dans le domaine de l'industrie éditoriale : rapport au Premier ministre*. Septembre 1997
- JOSPIN Lionel** | *Circulaire du 20 mars 1998 relative à l'activité éditoriale des administrations et des établissements publics de l'État*. JORF n°69 du 22 mars 1998

## Autres définitions et concepts

### Ouvrages généraux et scientifiques

- BÉGUEC Annelise, COSTE Hélène, DUPUICH Lucile, PICHARD Eric et RENOSI Catherine** | *Qu'est-ce que l'actualité ?* Mémoire de recherche, juin 2005, ENSSIB
- FOUCAULT Michel** | *Le gouvernement de soi et des autres*. Cours au Collège de France (1982-1983), Seuil, Paris, 2008
- ROZON René** | « Dorothy Macpherson, ou la démocratisation de l'art par le film ». *Vie des Arts*, 1978, vol. 23, n° 91, pp. 74-91

## Dictionnaires et encyclopédies

**GAFFIOT Félix** | Dictionnaire latin-français. Hachette Éducation

Dictionnaire Larousse en ligne | URL : <[www.larousse.fr/dictionnaires/francais](http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais)>

Dictionnaire CNRTL en ligne | URL : <[www.cnrtl.fr/definition/](http://www.cnrtl.fr/definition/)>

# Table des illustrations

## Sur les musées et la coédition de catalogues d'exposition

Évolution des entrées dans les musées nationaux (payantes et gratuites, en millions d'entrées).....	17
Ratio du nombre de visiteurs et du nombre de catalogues vendus.....	39
Tableau comparatif de deux expositions à l'Institut du Monde Arabe.....	40
Évolution de la fréquentation des musées en France de 2004 à 2015.....	41
Pourcentage d'interrogés sont allés au cours des 12 derniers mois... ..	70

## Sur les publications « en lien » avec l'actualité muséale

Expositions du corpus ayant entraîné le plus de publications annexes en 2005 et 2015.....	53
Synthèse classement TOP 50 GFK secteur Art et Beaux-livres.....	59
Synthèse du TOP 50 des meilleures ventes de livres d'art (avril 2014-mars 2015).....	60
<u>Photo 1</u> Vue plongeante sur la table de la librairie éphémère, à la sortie de la salle d'exposition.....	65
<u>Photo 2</u> Détail de la table de la librairie éphémère : les hors-séries nombreux, près des caisses.....	65
<u>Photo 3</u> Table dédiée à l'artiste de l'exposition dans la librairie fixe du musée.....	65

## Sur les éditions Taschen

<u>Photo 4</u> Présentation du Sumo David Hockney. Lutrin tricolore de Marc Newson.....	74
<u>Photo 5</u> David Hockney pose devant « son » Sumo.....	75

## Sur le corpus de livres publiés lors de l'exposition Élisabeth Louise Vigée Le Brun

Orthographe de l'identité de l'artiste en Plat 1.....	78
Mentions de(s) l'auteur sur la couverture.....	79
Prix et nombre de pages des ouvrages du corpus.....	81

## Sur les éditions Citadelles & Mazenod

Catalogue 2016/2017 des éditions Citadelles & Mazenod.....	100
--	-----

# ANNEXES

# Table des annexes

## Entretiens avec des professionnels

Annexe N° I   Mme Sophie Chambonnière.....	2
Annexe N° II   Mme Muriel Rausch.....	7
Annexe N° III   Mme Annie Dufour.....	11
Annexe N° IV   Mme Béatrice Petit.....	19
Annexe N° V   Mme Geneviève Rudolf.....	25
Annexe N° VI   Mme Marion Doublet.....	32
Annexe N° VII   Mme Lou Moolgaard.....	36
Annexe N° VIII   Mme Marie-Rose Guarniéri.....	40
Annexe N° IX   Mme Armelle Lainé Vailet.....	42
Annexe N° XX   M. Jean-François Chougnat.....	44
Annexe N° XI   M. Jean-Philippe Babo.....	47
Annexe N° XII   La coédition en pratique : répartition des tâches.....	50

## Données chiffrées

Annexe N° XIII   Le livre d'art en chiffres, Livres Hebdo.....	51
Annexe N° XIV   Tableau corpus musées et expos 2005.....	52
Annexe N° XV   Tableau corpus musées et expos 2015.....	54
Annexe N° XVI   Typologie des musées du corpus.....	56
Annexe N° XVII   Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2005.....	58
Annexe N° XVIII   Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2010.....	61
Annexe N° XIX   Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2015.....	64

## Grilles d'analyse du corpus : Louise Elisabeth Vigée Le Brun

Annexe N° XX   Couvertures du corpus.....	68
Annexe N° XI   <i>Élisabeth Louise Vigée Le Brun</i> , RMN.....	69
Annexe N° XII   <i>Souvenirs</i> , Louise Elisabeth Vigée-Le Brun, Citadelles & Mazenod.....	71
Annexe N° XIII   <i>Vigée Le Brun</i> , Larousse.....	73
Annexe N° XIV   <i>Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun</i> , Eyrolles.....	75
Annexe N° XV   <i>Louise Elisabeth Vigée Le Brun</i> , Artlys.....	77
Annexe N° XVI   Synthèse de l'analyse paratextuelle du corpus.....	79

## Annexe N° I

**Entretien avec M<sup>me</sup> Sophie Chambonnière,  
Éditrice au service éditorial du musée du Quai Branly,  
Le 24 mai 2016 à Levallois-Perret**

*Q : Questions posées*

*R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : Je voulais juste vous préciser en introduction que l'intérêt de cet entretien est de connaître votre point de vue et non un point de vue général, c'est vraiment la singularité de votre point de vue qui compte. Et surtout il s'agit d'une discussion non pas d'un interrogatoire. Peut-être que pour commencer vous pourriez me présenter de façon générale votre travail au sein du musée du Quai Branly et je pourrai ainsi rebondir sur vos propos.

R : Alors, d'abord je vais vous parler un peu de mon parcours, en fait, au départ j'ai travaillé plutôt dans des entreprises privées, que ce soit Flammarion, Somogy, c'était du livre illustré et plus particulièrement du livre d'art, et ensuite j'ai eu l'opportunité de travailler au musée du Quai Branly. Et la différence entre le travail que j'effectuais chez Flammarion ou chez Somogy et le musée, autant dans les entreprises privées je m'occupais d'avantage de la production du livre, la fabrication, la réalisation une fois que le sommaire était établi. Les illustrations c'est nous qui les cherchions mais il n'y avait pas tout le côté conception de l'ouvrage. Et notamment parce que je suivais principalement des catalogues d'expositions et en arrivant au musée ce qui a changé, c'est que j'interviens beaucoup plus en amont des ouvrages, au niveau de la conception. Car quand il y a une exposition on décide ou pas de faire un catalogue d'exposition et quand on le décide, il y a tout un travail à faire avec le commissaire pour établir le sommaire.

Q : C'est-à-dire que la manière dont va être conçue l'exposition peut influencer sur le contenu du livre, l'ordre des œuvres etc. ?

R : Alors est-ce qu'on suit ou pas l'exposition c'est d'ailleurs une question qu'on se pose au départ. Après il y a beaucoup de coédition au musée donc j'interviens moins dans la réalisation même, je suis plus là pour vérifier et contrôler que le propos des auteurs correspond avec ce que le musée souhaite divulguer comme contenu, avec le commissaire.

Q : Comme on parle de production, de manière générale, dans tout ce que j'ai pu lire on parle d'un âge d'or du livre d'art dans les années 80, et aujourd'hui c'est un des secteurs les plus en crise. Dans quelles mesures, ressentez-vous dans votre travail les effets de cette crise ?

R : Je pense que je suis assez privilégiée, c'est drôle parce que j'en ai parlé avec des collègues qui étaient dans des Institutions comme moi – publiques j'entends – je pense qu'on est assez préservés parce que malgré tout il y a encore des expositions et nous on est très rattachés aux expositions. Mais néanmoins si on parle des événements de l'année dernière c'est sûr que ça a touché la fréquentation des musées par exemple et ça a eu un impact direct sur la vente des livres.

Q : Et concernant le taux de retour des livres que vous publiez, est-ce que le taux est plus important qu'avant ?

R : Alors par rapport aux années 80, je ne pourrais pas vous dire car à l'époque je ne travaillais pas dans un Établissement public. Au musée, on est en coédition à 50/50, c'est-à-dire aussi bien au niveau des dépenses que des recettes – la diffusion est gérée par le coéditeur et les taux de retour sont les taux habituels des éditions de livres d'art, c'était 20 %. Là maintenant ça a augmenté un peu plus on est autour de 25-30 %.

Q : La difficulté c'est aussi la gestion des stocks pour les livres d'art ? Ce sont des livres beaucoup plus volumineux. Concernant les catalogues d'exposition vous les commercialisez dans toute la France ou seulement dans la librairie du musée et les librairies parisiennes ?

R : Non c'est dans toute la France, en revanche il y a deux choses séparées : la librairie sur place, celle du musée qui a un taux de remise plus important et les librairies extérieures dont le coéditeur s'occupe. C'est son réseau à lui, il essaye, en lien avec nous, de plus en plus cibler les librairies pour ne pas avoir trop de taux de retour.

Q : En fait, vous n'êtes pas vraiment en lien avec les représentants ?

R : Pas du tout, on peut les rencontrer parfois quand cela est important qu'un commissaire présente son ouvrage, parce que c'est un personnage, on se dit que c'est intéressant qu'il parle du livre directement aux représentants. Mais sinon la plupart du temps on n'est pas en lien avec les représentants.

Q : Et du coup pour les libraires c'est la même chose ? C'est le réseau du coéditeur qui gère les retours et impressions sur l'ouvrage ? Et il vous les communique ?

R : Absolument. On lui demande toutes ces informations. En revanche nous travaillons de manière plus rapprochée avec le libraire du musée, généralement on prend rendez-vous avec lui pour lui présenter la prémaquette, après même la maquette une fois qu'elle est montée entièrement, on lui montre un peu l'ouvrage et on lui demande de faire une estimation du tirage sur place.

Q : Donc il est pleinement intégré au projet ? Ça paraît plutôt rare, habituellement le libraire arrive en fin de parcours...

R : Oui mais comme il est sur place en plus c'est facile. On a mis un petit peu de temps – au début de l'ouverture du musée on n'avait pas mis en place ces réunions – et c'est vrai que depuis cinq ans à peu près on fait des réunions avec lui car c'est vrai que c'est lui qui rencontre le public.

Q : Du coup, à propos du public, est-ce que vous pensez qu'il a changé ces dernières années, ou que c'est toujours le même ? Pendant longtemps on a dit : livre d'art, public de niche... Est-ce cela à un sens pour vous ? De quelle niche parle-t-on ?

R : Je pense qu'on a tendance à vouloir de plus en plus toucher un large public, même dans le livre d'art, encore plus pour les catalogues d'expositions, bien qu'il se peut que tout à coup il y ait une exposition qui soit très ciblée car très scientifique, qui s'adresse à des spécialistes et ça c'est encore autre chose, mais la tendance générale est de toucher un plus large public. Par ailleurs quand on parle du livre d'art – mais ça c'est mon opinion – malgré tout on peut parler de niche car le livre d'art touche un public plutôt aisé qui aura les moyens tout simplement, parce que ça a un coup. C'est un peu une niche mais n'empêche il y a un public.

Q : Est-ce que vous pensez que le fait de vouloir toucher un public plus large a impacté la production ? Je pense à la maquette, au contenu... Voyez-vous des changements dans la forme du catalogue ?

R : Ah oui au niveau du graphisme c'est sûr, après au niveau du contenu peut-être moins parce qu'un catalogue d'exposition a toujours un contenu de qualité à priori.

Q : C'est peut-être le rapport texte-image aussi qui est modifié ?

R : Oui, il est peut-être devenu plus attrayant, aussi d'un point de vue technique tout simplement. Il peut y avoir aussi des catalogues d'exposition qui dépassent un peu le sujet traité dans l'exposition, c'est un peu plus large parfois. Le sujet peut être pris sous un autre angle, par exemple on peut intégrer un texte d'un psychanalyste sur une œuvre d'art, on fait des croisements qu'on ne faisait pas forcément avant car c'était plus classique.

Q : C'était un modèle de catalogue, appliqué et reproduit ?

R : Oui tout à fait. On ose d'avantage aujourd'hui.

Q : Rester académique mais un peu moins dans la forme. Et que pensez-vous de la diversité de l'offre actuelle que ce soit celle des catalogues mais aussi des beaux-livres ? Je pensais par exemple, au fait que lorsqu'on va à une exposition on trouve une trentaine de livres publiés que le même sujet, comme pour l'exposition Hopper, Hokusai ou le Douanier Rousseau... Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Mon opinion personnelle, je ne suis pas tellement pour les produits dérivés parce qu'on peut tomber dans quelque chose d'un peu tchup, d'un point de vue commercial, les commerciaux ne vous diront pas du tout ça, ils vous diront que ça marche très bien. Et en effet, il ne faut pas oublier que les éditeurs sont des entreprises, il ne faut pas avoir peur de gagner de l'argent entre guillemets. Si ça marche, ça marche !

Q : À priori, il y a une tendance qui fait que quand on vend dans les musées, ça se vend mieux qu'ailleurs. Et du coup le musée est moins touché ?

R : Je pense que c'est vrai quand ce sont de grandes expositions, au Grand Palais où il y a une énorme fréquentation.

Q : On disait que la forme du catalogue d'expo change un peu pour attirer un plus large public mais à l'inverse, chez les autres éditeurs, c'est comme s'ils publiaient un livre sur l'exposition qui n'est pas le catalogue de l'expo ?

R : Vous parlez des autres éditeurs ? Je pense qu'ils veulent surfer sur la vague, ils profitent de l'exposition pour en effet... Après je pense que rien ne peut... Le catalogue d'expo c'est un repère et l'éditeur qui publie prend un risque parce que trop d'offre, le lecteur peine à se repérer... Maintenant je peux quand même vous dire – et c'est une expérience au musée – il y a le catalogue d'exposition et parfois il y a un hors-série qui n'est pas du tout géré par le service éditorial mais par la direction de la communication et le hors-série se vend toujours plus que le catalogue.

Q : C'est comme le cahier de l'exposition au musée d'Orsay ? Du coup c'est un peu une façon pour vous de faire concurrence de pouvoir proposer deux gammes de prix.

R : Je pense qu'il y a deux publics pour cela. Ce n'est pas parce qu'un lecteur va acheter l'album que du coup il y a une vente du catalogue d'expo. Je pense que ce sont deux approches complètement différentes.

Q : Cela va peut-être plus vers le public qui va aux expositions, qui est moins en attente de contenu mais qui recherche un souvenir, contrairement au public d'expo qui est amateur de livre d'art. C'est une nouvelle forme de public qu'il n'y avait pas avant ?

R : Oui c'est pour cela, pour toucher un large public. Et ça ne vient pas à l'encontre des catalogues, c'est un plus, différent.

Q : Vous diriez à chaque public son livre quelque part ?

R : Oui voilà c'est ça. Je ne sais pas si je réponds bien à vos questions.

Q : Oui bien sûr, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Et au niveau des ventes est-ce que vous avez déjà fait l'expérience de quelque chose qui se vend énormément et quelque chose qui ne se vend pas vraiment ?

R : Ah oui, et d'ailleurs on le sait à l'avance, il y a des expositions qui vont moins toucher le grand public et au contraire une exposition qui sera moins réservée aux spécialistes.

Q : Dans ce cas vous adaptez les tirages ?

R : Oui on adapte les tirages. Notre difficulté c'est que comme on travaille avec des coéditeurs il ne faut pas oublier que lui doit s'y retrouver aussi, autant nous on a une mission d'établissement public donc on pourrait justifier que certains catalogues se vendent moins, n'arrivent pas à l'équilibre financier.

Q : Après sur une année il y a les ouvrages plus rentables qui compensent les pertes des autres ?

R : C'est pour cela que l'on travaille par lot de coédition, on fait un appel d'offres qui rassemble la programmation sur deux ans et l'on effectue des regroupements d'ouvrages.

Q : Ça les rassure quelque part ?

R : Ça les rassure parce qu'on essaie grâce aux estimations budgétaires de faire en sorte que chaque grand regroupement permette de s'y retrouver financièrement.

Q : Ce qui a changé dans l'édition privé c'est le calcul systématique du coût d'un livre, avec l'apparition des comptes d'exploitations... Dans l'édition publique cette conception est-elle aussi présente ?

R : On nous demande malgré tout de plus en plus d'être à l'équilibre mais malgré tout on réussit un peu encore à jouer là-dessus compte tenu de ces lots d'ouvrages. On contourne un peu, on sait qu'au final le service des éditions sera bénéficiaire.

Q : Est-ce que vous publiez également des livres en dehors des expositions ? Des livres pour entretenir un fonds ?

R : Alors pas tant que ça mais je pense que le musée est peut-être encore soit un peu jeune pour ça soit un peu frileux. Et c'est vrai qu'en plus on l'avait évoqué il y a deux ans mais compte tenu des événements, on s'est dit, que ce n'était peut-être pas trop le moment de faire ça. On a par exemple un fonds photo assez important du coup on se dit qu'il faudrait qu'un jour on réfléchisse à un ouvrage ou une collection sur le long terme.

Q : C'est toute la richesse des musées que de posséder des fonds gratuits.

R : Bien sûr, et en revanche on a fait le premier guide du musée et ce qu'on appelle l'album *Chefs-d'œuvres* qui présentait à peu près 100 chefs d'œuvres du musée, on les a fait nous-mêmes. Mais c'était au début et très propre au musée.

Q : Oui et même vis-à-vis de la concurrence, apposer le nom d'un éditeur privé pour un livre qui va faire l'image du musée est problématique ?

R : Voilà absolument.

Q : Et du coup pour la coédition, votre rapport avec les éditeurs privés vous le qualifieriez comment ? C'est compliqué ?

R : C'est compliqué parce que... C'est à la fois compliqué mais on a besoin de leur expérience, parce que nous on a des contraintes qui peuvent être des contraintes politiques et eux ne sont pas forcément très sensibles à ça. Forcément puisqu'ils sont plus éloignés, nous on peut avoir des contraintes politiques parce que... Quand je dis politique ça peut même aller loin c'est-à-dire...

Q : On va rentrer dans du top secret ?! (Rires)

R : Mais c'est presque ça en fait, le président de la République qui va en visite officielle au Mexique, il emmène tout son staff et justement il y a la personne qui s'occupe de la culture qui va dire : tiens ce serait bien que l'on ait un échange, donc nous on récupère une expo, c'est-à-dire que l'on va devoir négocier avec les mexicains nous-mêmes. Et après on va peut-être fait aussi des choses que le coéditeur n'aurait peut-être pas accepté, ou n'aurait pas fait comme cela s'il avait été en charge de la négociation. Mais nous comme ça fait partie d'un tout...

Q : C'est intéressant car je n'aurais pas imaginé cela. Mais c'est logique vous êtes un établissement public.

R : Voilà.

Q : Et vous recevez, comme l'éducation nationale, des formes de consignes ?

R : Non non, on ne reçoit pas de consignes mais par exemple il y a toujours des choses très importantes ce sont les préfaces, parfois sous le haut patronage de présidents de la République... Les pages protocolaires c'est toujours un moment...

Q : Oui il y en a énormément dans les catalogues. Quand l'expo fait plusieurs pays, c'est très important j'imagine de faire attention à ce que tout le monde soit présent. Il faut de la diplomatie ?

R : Oui et le coéditeur a plus de difficultés à le comprendre, pour nous c'est obligatoire et ça arrive en général à la fin, un moment où on est en train de boucler l'ouvrage, lui réclame les textes... Cela peut paraître un peu compliqué mais par ailleurs on a besoin de leur expertise et de leur regard d'éditeur, leur connaissance du marché global.

Q : Ces coéditions, elles résultent de lois pour favoriser les partenariats entre l'édition privée et l'édition publique ?

R : Alors c'est une Circulaire de Jospin qui a mis cela en place parce que justement de plus en plus de musées faisaient des ouvrages et cela venait concurrencer les éditeurs privés. Et en plus le musée à l'intérieur, n'est pas un éditeur, n'a pas la connaissance du métier.

Q : Pour les éditeurs privés c'est devenu une ressource essentielle.

R : Ah ça c'est sûr ! Et d'ailleurs on l'a vu se développer de plus en plus, avant il n'y en avait pas tant que ça des éditeurs.

Q : J'ai rencontré quelqu'un aux éditions Somogy qui me racontait que personne ne voulait éditer les catalogues, ne voulait faire de coédition. Vous avez plus de réponses aux appels d'offre désormais ?

R : Beaucoup plus, même par exemple Actes Sud.

Q : Ils font tous des beaux-livres et essaient de légitimer cette place car pour eux ces livres sont une vitrine mais il ne faut pas qu'ils deviennent un gouffre financier. Et vous me disiez que vous étiez chez Somogy mais aussi chez Flammarion...

R : Flammarion c'était plus beaux-livres et livres d'art, en effet il y avait quelques catalogues d'exposition mais beaucoup moins qu'aujourd'hui. Après Somogy ils font quasiment que ça et très peu de beaux-livres.

Q : Parce que c'est de plus en plus compliqué pour les éditeurs il y a des collections qui s'arrêtent, des collections de fonds sur l'Histoire de l'art.

R : Il y avait la collection *Tout l'art*, par exemple...

Q : Et comment vous en tant que professionnel vous envisagez l'avenir du beau-livre, parce que le livre d'art représente une grande partie du secteur. Est-ce qu'il y a des formes de livres qui vont disparaître, telles que les livres de fonds ?

R : J'ai l'impression qu'ils disparaissent de plus en plus, malheureusement.

Q : Et du coup vous diriez que le catalogue d'expo devient un peu le nouveau livre de fonds ?

R : Absolument, oui, c'est la tendance actuelle.

Q : C'est soit le beau-livre, le livre à feuilleter, soit le livre hybride un peu catalogue, un peu livre d'histoire de l'art.

R : Moi ce que je voudrais voir mais pour le moment les premiers retours qu'on a là-dessus ne sont pas tellement convaincants c'est par rapport aux possibilités qu'offre le livre numérique. Et notamment pour le livre d'art et le catalogue d'expo c'est voir les possibilités que ça pourrait offrir de prendre le catalogue et d'en faire un livre numérique avec la possibilité de faire un zoom sur telle œuvre, faire une vidéo...

Q : Ils ont bien essayé au Grand Palais un livre sur l'exposition Hopper. Comment fait-on pour faire du numérique avec des livres aussi gros, pour ce repérer, est-ce qu'il faut repenser le livre ?

R : Après c'est vraiment un produit qu'il faut repenser complètement. Repartir sur autre chose, mais c'est un domaine que je ne connais pas.

Q : Au musée du Quai Branly est-ce qu'il y a des applications pour les visites ?

R : Il y a des applications mais bon ce sont des aides à la visite.

Q : Comme des audio guides mais visuels ?

R : Oui tout à fait.

Q : C'est un des secteurs du livre qui s'est le moins mis au livre numérique. Et que pensez-vous, à propos de nouveautés, des nouveaux acteurs qui rentrent dans le livre d'art, certaines collections qui proposent l'Histoire de l'art en BD ou de l'entrée de nouveaux thèmes comme le *street art*...

R : Moi je suis complètement pour que ça se développe au contraire c'est une très bonne chose parce qu'il y a un lectorat pour cela. Si ça peut toucher le plus grand nombre de personne, je trouve cela très bien, il faut que ce soit traité de façon intelligente... Bien au contraire je trouve que c'est une ouverture vers le lecteur.

Q : Vous qui êtes dans l'édition publique vous êtes peut-être plus concernée par cela. Pour vous est-ce que les objectifs de démocratisation culturelle sont applicables ou appliquées au livre d'art selon vous ? Et comment ?

R : Alors, ça rejoint un petit peu ce que je disais tout à l'heure elles sont déjà appliquées je pense. Tout dépend de l'exposition, néanmoins il y aura toujours des sujets qui seront traités de telle manière que l'on va toucher un plus petit public mais il ne faut pas non plus ne plus faire ces expositions-là. Moi je ne suis pas pour, il faut que l'offre soit la plus grande possible. Après je trouve que par exemple d'avoir je ne sais pas combien d'expositions sur les Mayas dans Paris, je trouve qu'il faudrait être un peu plus vigilant sur l'offre culturelle à Paris. Avoir une cohérence.

Q : Le risque c'est un peu de banaliser et ne pas approfondir les sujets.

R : Oui et au bout d'un moment toujours la même chose c'est un peu dommage. On avait une exposition sur les Mayas, il y en avait une à la Pinacothèque. Je pense qu'il faut être plus vigilant là-dessus que de savoir s'il faut faire des expositions pour un plus large public. Je pense qu'il faut garder des expositions qui toucheraient un public réduit et des expositions qui s'adresseraient à un plus large public.

Q : À la limite les expos grand public peuvent amener à s'intéresser à des sujets moins grand public, plus pointu vous pensez ?

R : Exactement.

Q : Tout à l'heure on parlait des aides et des Institutions, est-ce qu'au musée vous faites des demandes d'aides au CNL ou autre ?

R : Non on l'a jamais fait, on pourrait le faire, on y avait réfléchi à un moment puis on a laissé tomber parce qu'on était passé à autre chose, mais on pourrait le faire. La seule chose qu'on a faite sur un ouvrage c'est avec la Nouvelle Calédonie on avait demandé à la maison de la nouvelle Calédonie à Paris s'ils étaient prêts à participer au financement et là on a obtenu une aide.

Q : Souvent pour le livre d'art ce sont des aides pour l'achat iconographique alors c'est vrai que pour l'éditeur public c'est lui qui dispose des images. Vous pratiquez des tarifs réduits pour les éditeurs privés ?

R : Ils ont déjà des tarifs réduits et nous, au niveau de l'icône, on peut intervenir si par exemple il y a une demande iconographique auprès d'une autre Institution, en tant que prêteur de l'exposition... C'est un échange entre Institutions, on leur demande de faire un effort. Après ce qui est de plus en plus compliqué, je pense, c'est le contrôle de gestion. Il faut travailler avec eux mais ils sont de plus en plus présents.

Q : Ça peut venir interrompre un projet ?

R : Exactement.

**Annexe N° II****Entretien avec M<sup>me</sup> Muriel Rausch,****Responsable du service éditorial au musée du Jeu de Paume,****Le 7 février 2017***Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : En guise d'introduction est-ce que vous pouvez me présenter votre poste au musée du Jeu de Paume ?

R : Donc moi je suis responsable des éditions du Jeu de Paume, c'est un service de trois personnes y compris moi-même. J'ai une formation d'éditrice, travaillent avec moi une autre editrice et une graphiste. Alors, on a une organisation un peu particulière peut-être par rapport à d'autres institutions, puisqu'on gère aux éditions à la fois les catalogues d'exposition qui sont commercialisés mais aussi l'ensemble des documents gratuits tout ce qui est production d'affiches, cartons d'invitation, petits journaux gratuits etc. Donc c'est vraiment l'imprimé au sens large. Mon poste c'est de superviser la production dans l'ensemble de ces publications, les plannings, les budgets, les budgets prévisionnels et puis de suivre moi-même l'édition de certains catalogues en plus de mon rôle de chef de service.

Q : Et tous les documents internes au musée c'est vous qui les faites en interne, il n'y a pas d'éditeur privé pour ce type de documents ?

R : Oui, ça dépend mais tout ce qui est petits journaux, affiches, cartons d'invitation, flyers, sont produits en interne, parfois on externalise certaines choses, après il y a les éditions de catalogues à proprement parler qui ont un système différent.

Q : Selon vous quelles sont les tendances actuelles du livre d'art ?

R : Et bien selon moi, le livre d'art en tant que tel tend à disparaître, le catalogue d'exposition a pris un peu le pas et on a de moins en moins de véritables créations de livres d'art indépendamment d'un événement culturel, on voit bien que les éditeurs privés sont vraiment à la recherche de partenariats avec les musées et les institutions.

Q : Plus qu'avant vous voulez dire ?

R : Je pense plus qu'avant.

Q : Vous le voyez en pratique, par rapport au nombre de réponse aux appels d'offres ?

R : D'une part oui effectivement ils sont très très nombreux et puis en termes de publications je ne dis pas que ça a complètement disparu mais moi j'ai travaillé dans le privé il y a 15-20 ans, il y avait vraiment des créations et des projets ambitieux maintenant c'est un peu plus difficile sans exposition. De toute façon c'est un secteur qui est difficile on voit aussi que nous en termes de catalogues, cela fait 6 ans que je suis au Jeu de Paume, on a tendance à baisser de plus en plus nos tirages. Malgré tout il reste un public pour ce type de livres qui est je pense vraiment à la recherche de quelque chose de qualitatif, on constate que pour des catalogues un peu chers mais qui sont qualitatifs il y a encore un public, mais c'est vrai que j'ai l'impression que le livre d'art sans appui d'une exposition, c'est quand même assez compliqué à vendre.

Q : Et donc le public il se serait déplacé des livres d'art vers le catalogue ?

R : J'ai l'impression qu'en tous cas la presse qui est associée à un événement, le fait qu'il y ait une exposition, que le public vienne la visiter, qu'à la fin il passe forcément par la librairie, c'est forcément un public qui est tout de suite captif, qui peut entendre au journal télévisé parler d'une exposition et qui va aller acheter le catalogue. Après est-ce qu'en dehors des cadeaux de Noël et de fin d'année les gens achètent des livres d'art en tant que tels, ça me paraît de plus en plus rare. Après je n'ai pas fait d'étude de publics.

Q : Et du coup vous pensez que cela a une incidence sur la diversité de l'offre en termes de livres d'art ?

R : Oui, oui probablement, certainement qu'il y a moins de projets d'ambitions qui se lancent. Après il y a l'histoire de la coproduction internationale je pense que les éditeurs ne se lancent plus dans des projets d'envergure sans avoir des partenaires à l'étranger. Nous au niveau du Jeu de Paume, on est vraiment liés à une programmation, nous en plus c'est particulier au Jeu de Paume parce que nous n'avons pas de collection, donc on a vraiment une politique éditoriale qui est liée à notre programmation d'expositions.

Q : Donc vous faites uniquement des catalogues d'expo ?

R : Oui. À quelques exceptions près c'est ça et il nous arrive parfois de nous poser la question est-ce que ce catalogue d'exposition est nécessaire, est-ce qu'on va le vendre même si on a une mission de service public on se dit voilà on doit soutenir l'artiste mais cela arrive parfois que l'on se dise : les débouchés vont être trop limités. Cela a une influence en ce sens, où l'on va se poser des questions sur ce que l'on propose.

Q : Donc des fois il y a des expositions pour lesquelles il n'y aura pas de catalogue ?

R : C'est arrivé. Plutôt rarement. Nous on a des expositions hors les murs donc on a le site Concorde on a aussi deux expositions par an au Château de Tours, c'est vrai qu'au Château de Tours la question se pose régulièrement, en plus c'est un public de Province donc la fréquentation n'est pas la même. Donc il est arrivé qu'on ne propose pas de catalogue parce que l'investissement était trop important...

Q : Et quand c'est comme cela il y a un petit album qui est fait quand même ?

R : C'est arrivé qu'il y ait un petit album.

Q : Comment est élaboré le programme éditorial ? Il suit le programme des expositions mais qui élabore ce programme ?

R : Le programme des expositions est piloté par Marta Gili qui est la directrice du Jeu de Paume et la programmatrice, elle établit ses programmations soit en lançant des projets de recherche, on a une commissaire de recherche interne au Jeu de Paume qui peut être mandaté vraiment pour des recherches sur un photographe qui n'aurait jamais été exposé. Sinon on a toujours des créneaux d'exposition avec un photographe historique, un photographe contemporain et un artiste vraiment très émergent donc il y a toujours l'aspect contemporain et historique. Et puis effectivement il y a les expositions créées par le Jeu de Paume et les expositions qu'on peut prendre en itinérance, c'est à dire qui sont créées par d'autres institutions et qui circulent d'un pays à un autre, que l'on coproduit ou que l'on prend clé en main ça arrive de plus en plus souvent. Après nos expos peuvent aussi voyager à l'étranger.

Q : Quand c'est comme ça le catalogue est traduit ?

R : En général le catalogue est coproduit ou traduit, ça nous permet de partager les coups ce qui est aussi très avantageux pour nous.

Q : Et qu'est ce qui se vend, qu'est-ce qui se vend peu ?

R : En général les photographes historiques se vendent plutôt bien. Il y a quand même un public d'amateurs, c'est vraiment une niche au sein des livres d'art qui déjà est une niche. La photographie c'est vraiment particulier mais on se rend compte que les gens peuvent acheter un catalogue de photos à 60 €, il n'y a pas vraiment de frein par rapport à ça. Ce qui se vend difficilement ce sont les livres d'art contemporain et notamment d'artistes vidéo en particulier. Parce qu'il y a les artistes contemporains qui font des œuvres vidéo donc vraiment des projections, c'est vraiment compliqué à reproduire à rendre en papier, on ne voit pas les installations, les dispositifs.

Q : Vous pensez que le livre à ces limites pour ce type d'artistes ?

R : Oui tout à fait.

Q : Et donc comment vous prenez en compte le public quand vous faites les ouvrages ?

R : Si on prend en compte le public, parce qu'on a quand même un souci d'étudier nos prix, par exemple les artistes contemporains vivants on va essayer de garder un prix vraiment accessible parce que c'est une préoccupation que l'on a vis-à-vis de notre public. C'est un catalogue d'exposition donc c'est une proposition scientifique donc on travaille avec les commissaires avant tout donc ça doit être le reflet de la recherche ou le reflet d'un propos. Pour un artiste ça va être le catalogue de l'artiste donc ça ne va pas être forcément un livre d'artiste, mais au moins un catalogue qui ne trahisse pas son travail, au sens où c'est une proposition que l'on fait au public mais on ne va pas forcément se dire : ah le public attend cela. Ou alors sur tel artiste il existe déjà 10 catalogues alors on va essayer de faire quelque chose de différent. Mais je dirais qu'on se préoccupe plus de notre sujet, il est traité comme cela, après est-ce que le public le reçoit ou pas c'est toujours un pari.

Q : Vous travaillez avec des éditeurs privés, lesquels ?

R : C'est très varié ils peuvent être étrangers, français, on travaille avec Flammarion, 5Continents, La Martinière, Filigrane, des petits et des grands, on a beaucoup travaillé avec Hazan. Prestel à l'étranger, Aperture aussi. C'est vraiment très très varié du fait de nos itinérances aussi qui font que l'on peut vraiment être amené à travailler avec des éditeurs étrangers, c'est très très ouvert.

Q : Et donc quels sont vos liens en pratique avec ces éditeurs ?

R : Alors nous on procède par appels d'offre c'est-à-dire que nous mettons en ligne des appels d'offre sur notre site internet très régulièrement, répond qui veut, ensuite on a quand même des critères d'analyse. Pour schématiser, si un éditeur de cuisine répond, on va considérer que ce n'est pas tout à fait approprié. Donc on choisit parmi les propositions tarifaires, l'adaptation de l'éditeur au projet, s'il est plus habitué à travailler sur des ouvrages contemporains ou des catalogues historiques etc. Nous ensuite on garde la main sur tout ce qui est contrat d'auteur, tous les contenus qui sont liés à l'exposition et on travaille en étroit lien avec l'éditeur pour la mise en page, enfin toute la fabrication du catalogue donc une fois qu'il est choisi c'est vraiment un échange avec eux jusqu'à la livraison et l'éditeur fait en général la diffusion en librairie. Nous on vend sur place, on a une librairie intégrée.

Q : Donc c'est vous qui gérez la relation avec l'auteur, l'éditeur privé n'a pas de lien avec l'auteur ?

R : Non en principe, il n'en a pas. Après il y a des cas particuliers, en général nous on règle la question des contrats d'auteurs et des textes puisque c'est le commissaire de l'exposition qui propose le sommaire du catalogue. C'est souvent des auteurs qui nous parlent qui nous contactent et nous ça nous permet de conserver en cas d'itinérance tous les droits des textes. Et puis c'est le contenu intellectuel, c'est vraiment ce que l'on apporte à la coédition donc pour nous c'est très très important de garder ça.

Q : Et qu'est-ce qui vous satisfait dans une production en coédition et qu'est-ce qui vous gêne parfois ?

R : On est une petite équipe donc de toute façon on ne pourrait pas gérer 12 catalogues par an à trois personnes en faisant tout de A à Z. Après nos éditeurs sont de réels éditeurs, ils ont un œil graphique. C'est un vrai échange, ils ont des propositions sur la conception du livre lui-même, sur le graphisme, ils ont des propositions pour la fabrication par exemple donc c'est vrai qu'en général ça se passe très bien, c'est vraiment un échange et une expertise aussi d'éditeur même si nous on a une formation d'éditeur ça reste l'institution donc c'est aussi eux je ne sais pas, sur des projets de couverture de catalogue par exemple qui vont apporter leur expertise commerciale. Donc il y a beaucoup d'avantages et puis ils sont extérieurs donc ils donnent un peu de recul aussi à ce que nous avons pu faire en interne. Sur les désavantages, parfois certains éditeurs oublient qu'ils travaillent pour une institution qui finance une bonne partie de leur livre et ont un peu tendance pour certains à nous oublier, notre logo, des choses comme cela. Non des désavantages, moi je n'en vois pas beaucoup.

Q : Vous travaillez avec différentes équipes ?

R : Oui après il y a des équipes que l'on retrouve et avec qui on travaille vraiment en confiance. Nous notre parti pris c'est de travailler en confiance, ce n'est pas un simple prestataire notre éditeur, ce n'est pas : on lui donne les éléments et on ne le revoit plus jusqu'à... On a des réunions bien sûr, on se parle quotidiennement au téléphone, on travaille beaucoup par mails, pdf, etc. Mais c'est vraiment une relation de travail très étroite.

Q : On entend beaucoup parler du mot « démocratisation » dans le milieu de la culture, dans quelle mesure la démocratisation s'applique-t-elle dans les livres d'art selon vous ?

R : Alors ça j'aurais du mal à le dire, nous on n'a pas vraiment d'étude de publics liée à la vente de nos catalogues donc je ne peux pas vous dire quel est le profil socio-économique de nos acheteurs. Ce que l'on constate c'est que les livres pas chers ne sont pas ceux qui se vendent le mieux. Parfois un livre avec beaucoup de contenu, beaucoup de textes marchera beaucoup mieux qu'un livre un peu léger, parce que les gens le sentent aussi... On a essayé aussi récemment, ce qui est intéressant, de faire des applications gratuites sur les Iphones, les Ipad, enfin tous les portables androïdes, c'est gratuit, mais ce n'est pas pour cela que ça casse la baraque, qu'il y a des téléchargements par dizaine de milliers, on constate que les gens nous reprochent que ce soit gratuit et qu'il n'y ait pas assez de contenu donc on a constaté que ce n'est pas parce que c'est gratuit que cela marche. Après moi je dirais que la démocratisation elle passe, en terme d'édition, on a toujours une réflexion sur prix de vente ça c'est sûr, mais voilà ce n'est pas forcément gagné d'avance, nous au Jeu de Paume elle passe plutôt par tout l'aspect éducatif mais là c'est vraiment un autre service, toutes les démarches éducatives, les partenariats avec des écoles, des lycées, des ZEP, habituer les élèves à fréquenter ce genre de lieux c'est un peu une autre facette du Jeu de Paume qui est vraiment très forte, il y a un magazine en ligne gratuit etc, ce sont d'autres aspects.

Q : Du point de vue des textes par exemples ?

R : Nos textes nous on les travaille sur les petit journaux gratuits où on a vraiment à cœur de travailler les textes pour qu'ils soient accessibles au plus grand nombre.

Q : Et dans les catalogues ?

R : Les catalogues c'est autre chose, pour l'instant on ne travaille pas sur le côté pédagogique, ce sont des textes de spécialistes après nous il faut qu'on comprenne ce qu'on lit, que le texte soit structuré, qu'il apporte quelque chose à la recherche après ce ne sont pas des textes qui sont calibrés pour le grand public parfois on a des textes très spécialisés, ça c'est d'autres supports, le support des petits journaux sont calibrés pour être compris de tout le monde, on va réécrire le plus possible. Sur un texte de catalogue, ce sont des textes de spécialistes. On ne travaille pas dans ce sens là, plutôt à l'état de la recherche, le point de vue d'un artiste sur quelque chose. Nous on essaye plutôt d'avoir du contenu assez riche et développé, sur lequel s'appuient d'ailleurs nos services éducatifs pour former des professeurs ou des groupes mais ce sont un peu des choses différentes.

Q : Et du coup est-ce que vous pensez que vos catalogues peuvent dépasser l'actualité des expositions ?

R : Alors, on espère toujours oui, évidemment c'est un objectif après on sait que concrètement à la fin de l'expo on ne vend plus les catalogues. Des livres de fonds, ce qu'on appelle des livres de fonds il y en a très très peu même si nous on essaye que le livre puisse perdurer, nous on va le relire en sachant que dans 10 ans il n'y aura pas de problème, sauf qu'on constate que ça ne se vend quasiment plus. Ou peut-être Georges Didi-Huberman avec *Soulèvement*, les gens continueront à l'acheter. Mais l'expo d'avant François Kollar le photographe, il n'y a plus de ventes.

Q : Donc les gens restent dans l'immédiateté ?

R : Ouais ils le prennent à la sortie de l'expo, quand ils en entendent parler, après est-ce qu'ils le lisent ? Mystère total, je pense qu'ils gardent un souvenir, ils regardent les images mais voilà ça on ne peut pas... Ça reste identifié comme un catalogue d'exposition ça c'est sûr, je pense que c'est aussi acheté en tant que tel par les gens. Ils ont vu l'expo, ils ont le catalogue et voilà.

Q : Et du coup vous travaillez en lien avec le libraire du musée pour avoir un retour sur les ventes ?

R : Oui oui bien sûr, après lui il nous remonte quelques réflexions des gens mais après il n'y a pas vraiment de commentaires, on ne sait pas vraiment, on a jamais fait d'étude de satisfaction.

Q : Est-ce que vous avez recours à des subventions pour éditer les livres ? Le CNL ?

R : On ne peut pas de part notre statut, on est sous la tutelle du ministère de la Culture. On a déjà un statut public, enfin on a une association de droit privé mais subventionnée par le ministère.

Q : Du coup c'est le coéditeur qui peut faire une demande ?

R : Non, en fait il sera associé à nous donc ça lui sera refusé. Donc nous on a des aides des amis du Jeu de Paume qui est une association distincte, c'est une autre entité au sein du Jeu de Paume. Ils organisent des dîners, des visites, ils récupèrent des fonds et ils nous aident pour les publications, le plus souvent d'art contemporain, pour lesquelles justement sans leur aide on serait obligé de les vendre 80 € donc là, cela nous permet de les vendre à 30 €. Et puis avec certaines fondations privées on peut avoir des partenariats mais c'est quand même assez rare.

Q : Cela fait plusieurs années que vous travaillez dans le livre d'art, est-ce que la crise a un impact sur vos pratiques ?

R : Oui après moi j'ai toujours connu, les difficultés budgétaires, les problèmes des droits de reproduction des livres d'art est crucial, cela n'a pas tellement changé, il y a des livres qu'on peut faire en tant qu'institution, parce que les artistes sont avec nous alors qu'un éditeur privé ne pourrait pas forcément le faire du fait des montants des droits.

Q : Du coup vous avez une réduction, comment cela se passe ?

R : Oui on essaye de négocier effectivement, avec l'exposition il a un package qui fait qu'on peut y arriver. Alors je dirais peut-être qu'après en termes de production, on fait les choses sur un temps de plus en plus ramassé, c'est un peu général à l'édition. J'ai l'impression que cela s'est accentué j'en parlais avec des collègues de Paris Musée il n'y a pas longtemps, après on se dit que l'on doit avoir oublié, et maintenant avec la numérisation des étapes, c'est vrai qu'avant on faisait les textes, on faisait des films enfin c'était physique il y avait des étapes de fabrication qui étaient assez longues et qui faisaient que quand vous sortiez un film en celluloïd pour imprimer, faire une correction ça coûtait beaucoup d'argent c'est pas comme appuyer sur un bouton. Donc on a l'impression que maintenant très tard les gens font encore des corrections, cette espèce de désorganisation faite par la facilité des supports qui produit un manque de rigueur et de vigilance qui nous semble accru. C'est à dire que les corrections d'auteurs sont fréquentes, elles arrivent très tardivement, après ce n'est pas propre au livre d'art ou au catalogue d'exposition mais voilà en termes de difficulté...

Q : Vous parliez d'une baisse des tirages, est-ce que vous avez des exemples ?

R : Quand je suis arrivée au Jeu de Paume il y a 6 ans on prenait facilement 2 000 catalogues en vente à la librairie pour un photographe historique maintenant si on en prend 1 000 c'est vraiment vraiment beaucoup et l'art contemporain on devait être à 1 000 et là on est à 500. Donc ça baisse. C'est toujours difficile de déterminer un tirage, on a parfois des bonnes surprises mais c'est très très très très rare. On est devenus très prudents car on a vraiment eu de gros gros échecs.

Q : Et pour être rentable avec 500 exemplaires ?

R : C'est très compliqué. C'est pour cela que c'est important d'avoir des partenaires en itinérance parce que là on partage les coûts fixes en fait, tout ce qui est droit d'auteur est partagé. Donc quand on n'a pas d'itinérance on galère, après on demande des aides aux amis du Jeu de Paume parce que sinon on y arrive pas, c'est vrai que parfois c'est tendu.

Q : Et pourtant on entend qu'il y a de plus en plus de monde dans les musées ?

R : Oui. Alors après notre fréquentation elle varie, oui il y a du monde mais un catalogue d'art contemporain c'est toujours difficile.

Q : C'est un petit musée le Jeu de Paume ?

R : Oui voilà. Nous on n'a pas de collection permanente c'est aussi particulier.

Q : Et cela n'a jamais été un projet ?

R : Pas à ma connaissance non.

Q : Et de faire des livres hors des catalogues d'exposition ?

R : Hors expo ce qu'on a fait, c'est un livre pour enfant, vraiment sur l'histoire de la photo qui a plutôt bien marché, qu'on a fait en lien avec notre service éducatif. On a fait un petit livre sur l'histoire du Jeu de Paume dans la collection « l'esprit du lieu » la toute petite collection qui se vend pas mal aussi, sur l'historique du bâtiment et sinon il y a eu une fois un catalogue, l'exposition ne s'est pas faite et il a été décidé de faire quand même le catalogue, c'était il y a assez longtemps. Et sinon on a des projets de temps en temps mais c'est compliqué de développer des projets hors exposition, on a des projets effectivement liés à l'histoire de la photo, des livres de fonds qui pourraient s'appuyer sur des conférences qu'on fait ici, il y aurait matière à faire des livres de fonds mais oui il faut les moyens pour les faire, le temps surtout, donc voilà cela arriva peut-être. Ça changera peut-être, le statut peut toujours évoluer mais pour l'instant notre cœur de métier c'est quand même les expositions.

## Annexe N° III

Entretien avec M<sup>me</sup> Annie Dufour,

Responsable du service éditorial du musée d'Orsay,

Le 20 février 2017

Q : Questions posées

R : Réponses de l'interrogé(e)

Q : En guise d'introduction, pouvez-vous me présenter votre poste au sein du Musée d'Orsay ?

R : Alors je suis la chef du service des éditions du musée d'Orsay et de l'Orangerie, je m'occupe de toutes les éditions qui concernent les deux établissements : catalogues d'exposition, les livres sur les collections permanentes, les livres pour enfants, on a fait des Bandes Dessinées, tous les livres qui sortent logotypés Orsay et l'Orangerie sortent de mon service. Nous en tant qu'éditeur public on est contraint entre guillemets par décret, pour l'instant, à toujours être en coédition avec le privé, parce que nous ne sommes pas habilités à faire de la commercialisation – on n'a pas de diffuseur. Pour Orsay, ce qui se passe le plus habituellement c'est qu'Orsay assure tout l'editing des catalogues, des livres, de la définition du concept à quasiment donner des fichiers à l'éditeur qui assure majoritairement la fabrication, la commercialisation, etc. En sachant qu'en fonction des coéditeurs on travaille en bonne intelligence à se soumettre réciproquement des choix de maquette, de sommaire, mais la production vraiment éditoriale est faite chez nous en interne.

Q : La maquette est réalisée par l'éditeur privé ?

R : Non c'est chez nous. En général, avec l'accord de l'éditeur privé encore une fois, on prescrit un graphiste avec qui on a envie de travailler.

Q : Un graphiste extérieur ?

R : Oui c'est un graphiste extérieur et comme on suit le livre c'est nous qui le briefons.

Q : D'accord, donc vous êtes particulièrement investis dans vos livres par rapport à d'autres établissements ?

R : Oui tout à fait. Les livres d'Orsay sont vraiment faits à Orsay.

Q : Selon vous, quelles sont les tendances actuelles du marché des livres d'art ?

R : On en sait rien, c'est au jour le jour, c'est en train de bouger, de muter très très vite en ce moment on ne sait pas trop, personne ne sait trop ce qui se passe.

Q : C'est à dire ?

R : Alors il y a deux choses : le livre d'art et le catalogue d'exposition. Le catalogue d'exposition est le livre de musée. Le livre d'art de manière générale se casse la figure depuis je dirais 10 à 15 ans avec une chute de vente absolument colossale ce qui fait que les éditeurs d'art ne publient plus quasiment que des choses qui se rapportent à l'actualité. En gros l'actualité des musées. Et les seuls livres qui marchent – à confirmer avec les éditeurs de livres d'art – qui décollent vraiment ce sont les catalogues d'exposition. Ou en tout cas quand ce ne sont pas des catalogues d'exposition ce sont – vous voyez bien autour de vous – tout le monde se raccroche à la grosse exposition du moment. Et la grosse mutation qu'il y a eu c'est qu'en gros les catalogues d'exposition se rapprochent de plus en plus d'un beau-livre d'art et ne sont plus uniquement des catalogues d'exposition, c'est à dire qu'ils sont pérennes au-delà d'une expo : ça devient des monographies et on essaye tous désespérément que les libraires gardent nos livres après la fin des expositions, ce qui n'est pas facile. Mais en gros là où le marché est assez incertain en ce moment, c'est que suite aux attentats on connaît une chute de fréquentation assez importante, dans tous les musées, Orsay ça a été à un moment plus de 30 % de baisse de fréquentation ce qui est extrêmement important. Ce qui s'est collé à une crise économique que nous n'avons pas pris de plein fouet donc on n'arrive pas à savoir s'il y a une baisse des ventes due aux attentats, due aussi à la crise économique, moi jusqu'à présent je trouvais que les prix n'avaient pas un impact colossal entre 45 et 40 €. Maintenant on se demande si ça ne commence pas à avoir un impact. On ne sait pas trop ce qui se passe en ce moment. Là les *Peintres américains* cela a cartonné alors qu'on ne s'y attendait pas, on a réimprimé, alors qu'on était plutôt en recul, et on faisait attention à nos tirages et là tout d'un coup on a du réimprimer. C'est très difficile de définir des tirages prévisionnels, plus difficile qu'il y a un an.

Q : Et au niveau du tirage moyen cela dépend des expos ?

R : Cela dépend des expos et du lieu de l'exposition. Pour l'Orangerie c'est moins de tirage, c'est moins de tirage si on est au 5<sup>ème</sup> étage qu'en bas à Orsay, de manière très importante.

Q : Parce que les gens ne montent pas ?

R : Parce que déjà premièrement vous n'achetez pas deux catalogues d'exposition, qu'en général les grosses expositions importantes elles sont en bas et pas en haut, contrairement cette année au Second Empire qui était moins populaire que Bazille qui était en haut.

Ça varie entre 6 000 sur un premier tirage en général on ne dépasse pas 10 000, on réimprime si nécessaire mais bon... Très rarement on est à 4 000 quand c'est des sujets très pointus. Mais Orsay en général on tire entre 5000 et 10 000 exemplaires.

Q : Et donc vous tirez moins d'exemplaires qu'avant ? Comparé à il y a dix ans par exemple ?

R : Non on a progressé par rapport à il y a dix ans.

Q : C'est plutôt rare non ?

R : Il y a eu plusieurs choses : un changement des typologies d'expositions qui étaient assez grand public, qui étaient novatrices qui ont attiré plus de monde, on a quand même été parmi les premiers musées à changer de typologie de catalogues à faire des catalogues moins gros, plus grand public entre guillemets et avec une esthétique plus beaux-livres. Ça commence à être un peu plus généralisé mais les catalogues d'Orsay ne ressemblent pas aux catalogues du Louvre par exemple, c'est assez évident. Donc nous on a plutôt eu des belles ventes ces dernières années et la depuis un an et demi, deux ans on a un problème de visibilité. Mais bon Bonnard a cartonné.

Q : C'est à dire un problème de visibilité ?

R : On ne sait pas à combien d'exemplaire on doit tirer, *Charles Gleyre* je savais que ça n'allait pas bien se vendre, ça je ne tombe pas des nues, ça s'est vraiment très mal vendu.

Q : Vous considérez cela comme un flop ?

R : Ce n'est pas un flop dans le sens où c'est un livre scientifique, très pointu et que c'est notre mission d'établissement public. C'est un livre qui reste, de référence pour les chercheurs, mais ce n'est pas un livre grand public on le savait. Mais c'est vrai que depuis 6 mois on est très instables.

Q : Et donc qu'est-ce que vous pensez de tous ces livres qui sont publiés en parallèle des expositions du musée d'Orsay ? Qui sont vendus dans la librairie du musée ?

R : Ça dépend lesquels, il y a des bons livres et il y a des médiocres, comme toujours. Après quand on a des livres nuls qui se rattachent juste à notre communication cela m'agace.

Q : Mais vous n'avez pas le choix ?

R : Après c'est la liberté des éditeurs, sinon ça devient soviétique.

Q : Oui, je veux dire vous n'avez pas le choix d'en exclure de la librairie du musée ?

R : La librairie ne nous appartient pas, elle appartient à la RMN et déontologiquement ce ne serait pas honnête.

Q : Et il y en a plus qu'avant de ces livres ? Ça a toujours été ?

R : Non pas temps que ça. Ça se développe mais je ne trouve pas cela spectaculaire. De toute façon le secteur de l'art, tout le monde ne court pas après, c'est des investissements très chers, techniquement il faut savoir les faire.

Q : Parce que je pense par exemple à Prisma ou Eyrolles qui ont publié des livres à l'occasion de l'exposition du Douanier Rousseau, ce sont des éditeurs que l'on ne voit pas souvent pour ce type d'expositions ? Donc ce sont des nouveaux ?

R : Non, non, je pense qu'ils se sont mis sur le Douanier Rousseau et puis, ils ne nous ont pas tellement fait concurrence.

Q : C'étaient des livres différents, plus petits, avec moins de contenu.

R : Voilà. La vraie concurrence pour nous ce sont les hors-séries de journaux.

Q : D'accord ce ne sont pas les livres d'autres éditeurs installés dans l'art comme Gallimard, Flammarion... Ils font des livres en coédition avec vous, mais ça leur arrive de publier des livres, des monographies dans le cadre des expositions.

R : Oui mais cela ne fait pas chuter nos ventes pour autant.

Q : D'accord, et les hors-séries c'est parce qu'ils sont beaucoup moins chers ? Parce que ce sont deux choses complètement différentes le catalogue et le hors-séries.

R : Ça concurrence nos albums, en fait ce sont plutôt nos albums qui concurrencent les hors-séries. C'est nous qui nous sommes mis sur le marché.

Q : Vous essayez de faire plus d'albums qu'avant ou vous les avez réduits ?

R : Ça dépend des typologies des expositions, à Orsay on n'a pas de politique calée on fait au cas par cas : si on a le temps, si on a envie, si ça a un vrai sens intellectuel. Et puis on fait des albums que quand on sait qu'on a un énorme potentiel. Je n'aurais pas fait un album sur Bazille, par contre je fais un album sur Bonnard. Et puis il faut qu'on ait le temps.

Q : Et donc comment vous caractériseriez l'offre actuelle ? En terme de diversité, de qualité ?

R : Après moi j'ai un niveau d'exigence qui est très élevé, je ne sais pas comment vous dire ça, je ne sais pas quoi penser de ce marché. Je pense qu'on a scié la branche sur laquelle on était assis parce qu'on a publié des mauvais livres avec des mauvais textes, je trouve que l'Histoire de l'art est abs conque.

Q : C'est une difficulté actuelle de trouver des bons auteurs ?

R : Ce n'est pas qu'actuel, enfin il y a la réalité depuis les années 1980-90, de la chute des sciences humaines en édition. Dans les années 1960-70 les sciences humaines c'étaient des cartons, toutes sciences humaines confondues donc je pense qu'il y a un mouvement général [de chute] de livres purement théoriques un peu costauds intellectuellement. Les étudiants n'achètent plus, le jeune public achète des livres beaucoup moins pointus et difficiles. Après je pense qu'on a perdu le grand public avec des livres pas bons, incompréhensibles donc les gens se disent « ce n'est pas pour moi, je ne comprends rien, je ne suis pas assez intelligent ». Ensuite je trouve qu'on a énormément évolué en termes de qualité de fabrication, de photogravure, je trouve que les livres sont beaucoup plus beaux qu'avant, ça c'est une évidence, on a fait des progrès techniques colossaux. Par rapport à moi quand j'avais 30 ans, 20 ans, le Chêne par exemple c'étaient des livres qu'on achetait maintenant je n'achète plus un livre du Chêne depuis 20 ans, il faut être honnête, je n'achète pas un livre de la Martinière.

Q : Hazan c'est un peu le seul éditeur privé spécialisé. Il y a Citadelles & Mazenod aussi.

R : Oui, Hazan c'est le seul, totalement en art c'est le seul. Citadelles & Mazenod ils étaient même sur un autre marché avec vraiment des livres très chers. Chez Gallimard ils ne font pas que ça, Flammarion non plus, Somogy ils sont complètement à part, pour moi ils font de l'abattage. Je pense en plus que le beau livre, ce qu'on appelait le *coffee table book* n'est plus un marqueur social, avant ça faisait chic, si on voulait montrer que socialement on était un peu posé on offrait un beau-livre à Noël, maintenant c'est terminé. Par contre les expos augmentent de manière exponentielle [le nombre d'expos par an] et la fréquentation est colossale. En gros si vous voulez vous ranger dans les catégories SP+, parisien un peu chic, vous achetez au moins un catalogue du Grand Palais dans l'année, vous voyez, ce qui fait qu'il y a des ventes extrêmement importantes au Grand Palais.

Q : Alors que ce sont des expositions qui coûtent cher à l'entrée même pour les étudiants... On dit que le secteur se porte mal donc en pratique quelles sont les conséquences de la crise sur votre travail ?

R : Nous ici on est très à l'abri parce qu'on est un des plus grand musée de France, d'une certaine manière nous si on lâche, tout tombe.

Q : C'est à dire ?

R : Je veux dire par là que c'est nous qui impulsions le marché presque, nous les gros musées. Après je pense qu'il y a trop d'expositions et le marché n'est pas extensible à merci. Pour l'instant dans ma manière de travailler ça n'a rien changé. Après je réfléchis toujours à inventer des nouveaux trucs, est-ce qu'il faut faire d'autres livre, plus petits, pas chers, notamment pour les gens de votre génération qui n'ont pas les moyens de s'acheter un catalogue d'exposition et qui ont envie quand même d'avoir une jolie trace, un album ça ne suffit pas en même temps, vous ne les achetez pas parce que ça ne vous nourrit pas. En tous cas nous en termes économiques on avait déjà commencé à faire très attention, on ne fait pas des livres de 500 pages, quand on sait qu'on va être rentable on met de l'argent dans la fabrication. Moi ce que je défends depuis un bon moment, on va dire pas 10 ans mais presque, c'est que l'on n'est absolument pas menacés par le net et le numérique et que plus il y aura du net et du numérique plus il faudra faire des beaux livres. Et qu'il faut que l'on mette de l'argent dans la fabrication. Et c'est vrai que cela n'a pas fait chuté nos ventes le fait qu'il y ait internet.

Q : Et puis il n'y a pas tellement de catalogues d'expo numériques.

R : Nan mais on peut dire « on s'en fout on trouve les images sur internet, ça n'a aucune importance, il y a un résumé de l'expo sur internet, je n'ai pas besoin d'avoir ça [un catalogue] à la maison ». Avant, moi quand j'avais votre âge je me constituais une bibliothèque parce que c'était le seul moyen d'avoir accès à des images. Au bout d'un moment quand vous êtes éditeur vous avez besoin d'avoir un stock d'images chez vous quand vous cherchez à illustrer un livre pour enfant etc. Là maintenant je tape sur internet. Ceci étant dit, moi je continue quand même à feuilleter mes bouquins quand je cherche des images.

Q : Oui parce que sinon on se retrouve tous avec les mêmes. Parce que l'on fait les trois premières pages de résultat.

R : Et voilà c'est exactement ça, c'est pour cela qu'il faut continuer à feuilleter des livres. Après quand je suis optimiste je me dis : plus le marché est difficile, plus il y a internet, mieux c'est, plus ça nous oblige à faire des bons livres. À cogiter à la structure de nos livres, à Orsay, ce qu'on essaye de faire dans tous nos bouquins mais on y arrive pas toujours, c'est pour cela qu'on passe beaucoup de temps en production, quand vous feuilletez nos livres normalement vous devez avoir compris quelque chose, sans lire. La succession d'images doit vous faire comprendre quelque chose, des face à face un petit peu insolites, une maquette c'est déjà de l'Histoire de l'art pour moi, de même que la manière de mettre en scène les images, comme une scénographie. Donc c'est pour cela, que pour certains livres, moi je peux en refaire quatre fois la structure.

Q : Ça ne suit pas toujours le fil de l'exposition ?

R : Non, de moins en moins, et l'iconographie dans mes livres ne suit pas toujours le livre, ce n'est pas parce qu'on parle à tel endroit de telle image que je vais la mettre à côté. Alors des fois c'est important quand on la décrit vraiment mais si cela a plus de sens de la mettre dix pages plus loin parce que j'ai un face à face qui est intéressant je vais la mettre dix pages plus loin. Nos images ne sont pas purement illustratives du texte. Le visuel a une forme d'autonomie par rapport à la structure des textes. Il faut que cela

s'articule et c'est pour ça que ça prend du temps à faire et c'est pour ça qu'on ne le délègue pas. Quand vous faites ça vous avez besoin de connaître...enfin il faut lire quoi. Il faut connaître les conservateurs, discuter avec eux.

Q : Ça se construit comme une exposition en fait.

R : Exactement. Après vous dire le marché, personne n'en sait rien, personne n'en a jamais rien su et c'est ce qui fait l'angoisse et la beauté de nos métiers. C'est du pifomètre. Vous sentez le marché, vous ne le sentez pas ça c'est... après vous avez des bons libraires qui vous disent « attends je sens le truc... ». Plus vous avez d'expérience, ça fait quatorze ans que je suis à Orsay je commence à savoir ce que l'on peut faire, ne pas faire. Mais le public change, les générations changent, là en 14 ans, ce ne sont plus les mêmes gens, je trouve qu'il y a beaucoup plus de jeunes qui s'y intéressent d'une certaine façon, vous commencez tous à aller beaucoup plus au musée que nous on pouvait y aller je trouve. Ça devient un endroit où vous allez à plusieurs, parce que c'est gratuit, c'est quand même une sortie, il n'y a plus grand chose de gratuit pour vous à Paris. Si on savait ce qu'allait devenir le marché on serait tous milliardaires. Après vous sentez le truc, vous ne le sentez pas, vous essayez de vous adapter, on tâtonne, on se plante, on recommence, moi sur les albums j'ai essayé de faire des tous petits trucs je me suis complètement plantée, c'est trop petit, j'en ai fait des très grands je me suis complètement plantée aussi, on fait des tests, à un moment on se dit : tiens on a un truc qui marche, et deux ans après il ne marche plus, sinon encore une fois on gagnerait tous super bien notre vie, on cartonnerait tous quoi. Et ce serait ennuyeux, il n'y a pas des publics, il n'y a pas les jeunes les vieux, il n'y a pas un public, la seule chose pour laquelle on peut se poser des questions c'est sur le prix de vente des livres.

Q : C'est la question actuelle pour vous en ce moment ?

R : Actuellement oui. Pendant des années j'ai dit qu'on ne devait pas baisser le prix des livres, le livre a un coût, il ne faut pas le dévaloriser. Après je pense que la rampe des 40 € est difficile, vraiment. En tous cas pour l'Orangerie et le 5<sup>ème</sup> étage d'Orsay elle est difficile.

Q : Et du coût, comment réduire les coûts ?

R : Il faut réduire la pagination, il faut réduire l'icône.

Q : Pour garder un bon budget de fabrication ?

R : Pour garder de la fabrication ou il faut se dire qu'on va avoir un gros potentiel de vente.

Q : Parce que le poste de dépense le plus cher c'est l'icône ?

R : C'est l'icône.

Q : Et même avec le musée ?

R : On paye tous pareil.

Q : Combien publiez-vous de titres par an ?

R : Entre 10 et 15 à peu près. On a six catalogues d'expo par an minimum, plus si on a une expo au Grand Palais, là Gauguin est au Grand Palais donc c'est nous qui faisons le catalogue, vous ajoutez des albums si on en fait et on sort toujours au moins un livre sur les collections, un livre jeunesse ou une BD.

Q : Et ces livres-là c'est en coédition également ?

R : Oui.

Q : Et en nombre cela représente plus de titres qu'avant ?

R : Il y a eu des années où on en a fait beaucoup plus, d'autres beaucoup moins. Ça dépend du président [du musée] aussi, ce qu'il veut, de la programmation du musée.

Q : Justement comment est élaboré le programme éditorial ?

R : On se calle sur les expositions donc la priorité, notre obligation entre guillemets c'est de publier un livre par exposition.

Q : Toujours, il n'y a jamais eu d'exposition sans catalogue ?

R : Non, jamais. Après, est-ce que l'on développe d'autres livres en lien avec l'exposition, si l'expo a un potentiel, pour *Prostitution* on en a fait trois par exemple. Et puis après selon nos envies, on propose des livres pour enfants au président, on a lancé une collection de BD, ça peut être un conservateur qui a l'idée d'un livre, donc si j'ai une idée ou qu'on me la soumet, je vais voir le président d'Orsay et puis il dit : d'accord ou pas.

Q : Et le programme des expositions, c'est le musée qui a l'autonomie de ses sujets ?

R : Oui, tout à fait.

Q : Il n'y a pas de conseils, de directives de la part d'un ministère ?

R : Non. On dispose d'une autonomie totale.

Q : Donc est-ce que m'on peut parler un peu de vos liens avec les éditeurs privés ? Quels sont les avantages, les contraintes aussi ?

R : Après nous les catalogues chez Hazan on n'a pas d'éditeur, je n'ai pas d'interlocuteur éditeur chez Hazan, le livre je le fais directement avec le directeur.

Q : Donc pour les catalogues du musée d'Orsay, l'éditeur dépose son nom sur le livre mais il ne le voit quasiment pas contrairement à d'autres musées ?

R : Ils le voient, mais en tout cas moi je n'ai pas d'interface...

Q : Vous ne faites pas de réunions ?

R : Non. Mais c'est moi.

Q : C'est très particulier ce fonctionnement, il ne pose pas de problèmes aux éditeurs ?

R : Après ce sont des années de travail, cela dépend avec quel coéditeur je travaille, après quand c'était Jean-François Barrielle qui était quand même le dieu de l'édition d'art, on discutait ensemble d'un sommaire ou des choses comme ça, mais il me disait : « c'est votre responsabilité scientifique de faire un catalogue », et après ils se sont habitués à ce que moi je fasse comme cela, en même temps c'est intéressant pour eux parce qu'ils ont le business sans avoir le travail. Après je lui montrais les maquettes [Jean-François Barrielle], Jérôme Gilles maintenant je lui montre les maquettes mais... C'était différent chez Flammarion avec Sophie Laporte parce qu'on travaillait vraiment de la même manière toutes les deux donc on partage beaucoup, on discute beaucoup, on se passe les mêmes fournisseurs, on rencontre un graphiste, on se l'envoie l'une à l'autre, on discute de forme de livres, là elle est partie à la RMN maintenant, on ne travaille plus ensemble mais on se voit quand même une fois par mois pour discuter boulot. Sophie comme moi, elle s'est battue pour changer le livre, au début on était très mal vues toutes les deux, après vous trouvez ce que l'on appelle des familles dans l'édition, des gens avec qui vous avez des liens, c'est un tout petit milieu. Chez Gallimard il y avait Jean-Loup Champion, directeur de collection avec qui je m'entendais très bien, ce sont des personnes, ils sont super forts en Histoire de l'art, ils lisent un texte ils voient des choses que je ne verrai jamais. Après, je pense que la moitié des éditeurs privés me détestent parce qu'au début c'était très dur quand j'ai imposé les choses.

Q : Mais ils continuent à répondre aux appels d'offre ?

R : Je ne fais pas d'appel d'offre.

Q : Comment faites-vous alors ?

R : Je les choisis. On a le droit, on a eu un arbitrage du ministère de la Culture.

Q : À votre demande ?

R : Non on a commencé à faire cela, on a interrogé le ministère de la Culture qui nous a dit qu'on avait le droit, la RMN au moment où on se séparait d'eux violemment, a demandé une enquête donc on a été convoqués au ministère de la Culture, et je leur ai expliqué que quand vous avez un monsieur qui s'appelle Jean Clair qui est un très très grand historien de l'art qui a fait *Mélancolie*, qui a fait *Crimes et châtiments*, Jean Clair c'est un auteur Gallimard, je ne vais pas faire un appel d'offres. Quand j'ai Annie Lebrun qui fait *Sade*, Annie Lebrun c'est une auteure Gallimard...

Q : C'est ce qui influence votre choix d'éditeur souvent, c'est l'auteur ?

R : C'est l'auteur, c'est le sujet, c'est si ils sont bons en fabrication ou pas, si jamais on doit faire une traduction en anglais, par exemple chez Flammarion à l'époque ils avaient Colette Taylor-Jones qui est totalement bilingue, c'est elle qui assurait tout l'editing en anglais. Je répartis aussi pour que tout le monde en ait, pour qu'il n'y ait pas quelqu'un qui ait une exclusivité. Par exemple je dis à Jérôme Gilles : *Apollinaire* vous intéresse en contre partie vous me prenez *Gleyre*, donc il dit « ok je prends les deux ».

Q : Vous faites quand même des sortes de lots de coédition ?

R : Oui mais on travaille quand même assez à la confiance, enfin j'espère, ils savent que je ne suis pas complètement évanescence et que je sais faire un budget, donc quand je leur dis que c'est rentable ou pas rentable je ne mens pas au coéditeur. Mais bon là j'ai eu un souci sur un bouquin, j'ai un coéditeur dont je tairai le nom qui m'a lâché au dernier moment, donc j'ai appelé Sophie Laporte, je lui ai dit : j'ai un BAT dans 4 semaines, je suis dans la merde, vous me le prenez ? Elle m'a dit « oui je vous le prends ».

Q : Donc ce sera RMN-musée d'Orsay ?

R : Oui voilà. Mais ça c'est parce qu'en fait quand j'ai eu le souci je déjeunais avec Sophie Laporte, Sophie n'aurait pas voulu j'aurais appelé Jérôme Gilles et il me l'aurait pris. Parce qu'on travaille ensemble en confiance. Quand Jérôme Gilles qui est un vrai commercial pur et dur me dit : « Annie votre format, là, ça ne va pas », je le change, si Jérôme me dit ça je l'écoute. Quand Sophie me disait : « on a vu les commerciaux, le visuel ça ne va pas passer », je l'écoutais, comment dirais-je, moi je connais mon musée, je connais mon marché, eux ils connaissent des choses que je ne connais pas et quand ils me font une critique pas une remarque je les écoute.

Q : Donc il y a quand même un lien entre éditeur privé et public à Orsay. Et même ça dépasse les relations sur un seul livre, c'est un échange plus global.

R : Ah oui bien sûr. Je ne suis pas géniale toute seule dans mon bureau, on est tous éditeurs, c'est notre métier. Et vous êtes en train de découvrir cela, l'édition c'est des relations personnelles, c'est une des beautés de notre métier c'est que ça marche parce qu'on a la même vision intellectuelle d'un livre et puis si un éditeur n'a pas la même que nous on ne travaillera pas avec lui et c'est tout. Après j'ai des éditeurs qui me sont imposés par mon patron, là c'est autre chose, mais ça je ne fais pas de commentaires. Après pour moi ce sont des relations professionnelles qui sont devenues personnelles mais comment vous dire, par ce système-là on peut très vite être proche de la corruption, c'est à cela que servent les appels d'offre, à éviter la corruption.

Q : Mais du coup vous êtes plus contrôlés ?

R : Non, à la Cour des comptes cela ne les traumatise pas parce qu'aucun éditeur ne s'est plaint de nous et que quand vous regardez mon plan d'édition, la répartition, je ne donne pas tous les livres rentables à l'un et les livres déficitaires aux autres. Après quand vous faites des marchés, les mairies, les musées municipaux sont contraints de faire des appels d'offre, vous choisissez comment votre coéditeur ? Au moins disant financier, vous prenez qui ? Silvana, Somogy et vous avez des livres dont vous n'êtes pas contents ? C'est quoi qui fait qu'un livre va être mieux défendu chez tel éditeur que chez tel autre ? Et puis quand vous avez les attachés de presse de Gallimard, ou les commerciaux de chez Gallimard, ce sont des dieux. L'attachée de presse de Flammarion, c'est impressionnant ce qu'elle arrive à décrocher. La directrice commerciale de chez Flammarion elle est très forte.

Q : Vous voulez dire que l'expertise commerciale entre aussi en jeu ?

R : Oui, alors après, ça fait très prétentieux quand je dis « je fais mais livres », mais sans le directeur commercial de Gallimard, je ne suis rien, il connaît le marché d'une manière... Lui il sent le marché chez nous. Mais nous quand vous regardez notre production elle est très répartie et j'ose espérer qu'on sent qu'il n'y a aucune ambiguïté possible. On est dans un petit milieu ça se sait vite.

Q : Tout à l'heure vous parliez de public, il n'y a pas un public définit ?

R : Ah si, il y a un public définit dans le sens où il faut avoir de l'argent pour acheter un catalogue d'exposition. Après je ne connais pas le public, je pense que ce sont des gens qui vont voir des expositions, qui ont un certain âge, parce qu'il faut commencer à gagner correctement sa vie, ce n'est pas avec vos 800 € que vous pouvez vous acheter un catalogue ou alors vraiment le super cadeau de Noël, vous demandez le catalogue dont vous rêvez. C'est quand même un petit milieu, mais nous on a jamais eu d'enquête sur les lecteurs de catalogue d'expo. On sait que quand la Mairie de Paris a apporté la gratuité dans tous les musées ça n'a absolument pas changé le profil des visiteurs, ce sont quand même des SP+, on le sait, ce sont plutôt des gens âgés, alors à Orsay, la tranche d'âge remonte un peu mais on doit être à 55 ans de moyenne d'âge par exemple. C'est disparate mais nos abonnés, nos adhérents ce sont des gens qui ont 60 ans d'âge moyen. Il faut avoir du temps aussi pour aller voir des expos. Vous avez beaucoup de gens qui à la retraite se disent : c'est bon on a du temps, et puis on a un peu d'argent. C'est sûr que ce ne sont pas les prolos de Saint-Denis qui s'achètent des catalogues d'expo, évidemment, et ils n'ont pas accès à l'art, c'est trop cher pour eux et ça fait peur et nos livres sont vendus en librairies, il y a plein de gens qui n'osent pas entrer dans une librairie. Après je pense qu'il y a des gens qui feuillaient nos catalogues en bibliothèque parce que c'est beau de voir de belles images, mais la démocratisation du livre d'art, oui, l'album va démocratiser, on ramène un joli souvenir de l'exposition.

Q : Et vous dans vos contenus vous prenez en compte l'accessibilité à tous les publics ?

R : Non, malheureusement pas. Parce que je n'ai pas d'auteurs qui peuvent le faire. Et en même temps un catalogue d'expo c'est un ouvrage scientifique, on a quelque chose à défendre scientifiquement. Alors on a les albums ou les guides, j'ai fait une petite collection de monographies – les Little MO' - très simples avec peu de texte. Là j'ai sorti une nouvelle collection pour les enfants *Mais où est donc Pompom ?*, il faut chercher Pompom dans les tableaux, pour moi ça c'est de la démocratisation, les petits qui découvrent les tableaux et pas besoin d'être cultivé pour y accéder. Mais de toute façon le livre, par définition les gens qui vont en librairie... après c'est à l'école de faire ce travail là, ou au comité d'entreprise de proposer des entrées aux expos. Nous ce qu'on peut faire c'est accueillir correctement les gens, baisser les prix, faire des soirées gratuites. Faire des sujets, quand Guy Cogeval fait *Masculin masculin* sur la représentation de l'homosexualité dans la peinture, on a eu plein de gens qui ne sont jamais venus dans les musées [qui sont venus] parce que le sujet les intéressait, quand il a fait *Prostitution*, il y a des gens qui sont venus parce que le sujet sociologiquement les intéressait. Quand on a fait *Le Douanier Rousseau* on a eu énormément d'enfants et *Gleyre* on a eu que des gens pointus donc on essaye d'alterner et c'est ça aussi la démocratisation.

Q : À vrai dire, je n'aurais jamais pensé qu'il y aurait un jour une exposition sur Le Douanier Rousseau à Orsay.

R : Oui et en même temps c'est un peintre fondamental du XIX<sup>e</sup>, ça fait rêver, c'est un peu onirique et en même temps c'est de la vraie Histoire de l'art. Et ça fait venir d'autres gens mais après pour s'acheter un livre à 45 € il faut de l'argent.

Q : Et en même temps pour plein de raisons c'est impossible de vendre le même catalogue pour 20 €.

R : Et en même temps comme dit ma collègue du Louvre on s'achète des chaussures à 70 € sans problème, et pas des catalogues d'expos. Et on achète le prix Goncourt qui est à 20 €, où il n'y a pas une image, et on ne trouve pas cela cher. Le livre d'art c'est le seul produit [sous-entendu type de livre] dont le prix n'a pas bougé depuis le passage à l'euro. Moi quand j'étais jeune, avant le passage à l'euro, un livre d'art c'était le prix d'une paire de chaussures, en gros, et maintenant vous avez vu le prix d'une paire de chaussure ? Et puis on s'achète un Iphone à 350 €, ça ne pose de problème à personne ? En tous cas je vous promets qu'on n'est pas milliardaires, nos graphistes ne le sont pas, nos imprimeurs non plus, les marges ne sont pas... on ne fait pas ces métiers pour être très très riche. Et le Goncourt ils en vendent 300 000, la valeur d'un prix c'est très subjectif.

Q : Vous n'avez pas recours à des subventions ?

R : On a des mécénats, ce n'est même pas du mécénat ce sont des donations parce qu'on ne peut pas avoir des déductions fiscales sur les catalogues. Donc il faut avoir un mécène qui n'aura pas de déduction fiscale. Donc soit ce sont des fondations, soit ce sont des étrangers, en tous cas on ne peut pas avoir de mécénat avec une déduction fiscale sur un produit commercial, ce serait une entrave à la concurrence. C'est au cas par cas, là par exemple je fais un catalogue sur une collection japonaise, le musée japonais m'en achète 1 500 exemplaires.

Q : Vous faites aussi des partenariats entre musées ?

R : Oui, là j'ai un préachat de 1 500 exemplaires. Donc j'ai pu imprimer sur du super beau papier japonais magnifique. Et pareil, ça c'est du cas par cas, c'est vraiment de la dentelle.

Q : Aujourd'hui tous les livres s'appellent beaux-livres comment vous faites encore la distinction ?

R : Ce n'est pas moi qui fait la distinction, ce sont les types de classement, quand vous voyez beau-livre ça peut être le calendrier des rugbymen qui est en premier donc. Un livre d'art c'est quand il y a des œuvres d'art. Moi ma segmentation dans un musée c'est : catalogues d'exposition, beaux-livres entre guillemets, guides et voilà.

Q : Un catalogue reste un catalogue, même si vous disiez qu'il reprend de plus en plus les codes du beau-livre ?

R : Un catalogue reste un catalogue quoi qu'il arrive parce que c'est lui qui accompagne l'exposition, il n'est pas *ex nihilo*, et puis du point de vue de l'Histoire de l'art il garde une trace pour les futurs historiens de l'art dans 30 ans – moi quand je fais une monographie je travaille sur des catalogues d'il y a 30 ans – pour les chercheurs c'est important. C'est aussi un outil de recherche, c'est notre mission de service public.

Q : Du coup le catalogue devient un deux en un. C'est le catalogue d'une exposition mais c'est aussi un livre de fonds que les éditeurs ne publient plus ?

R : Oui, que les éditeurs privés ne peuvent plus faire, tout à fait.

Q : Et en termes de délais, pour produire un livre ?

R : Terribles. Des fois on fait des catalogues en un mois et demi. Quand on a les manuscrits six mois avant c'est génial, idéalement c'est neuf mois. En production, on met entre deux et quatre mois.

Q : Et vous êtes combien ici ?

R : On est 5. Il y a moi, deux éditeurs assistants, quelqu'un qui fait la recherche icono – tout est internalisé chez nous – et on a une assistante qui fait du juridique, du financier et elle fait aussi de l'édition, avant on avait un apprenti mais on en a pas pris cette année et on fait toutes les publications d'information aussi, on fait tous les dépliants. Donc on n'est pas une très grosse équipe. Au Louvre ils sont deux fois plus, à Beaubourg ils sont plus.

Q : Et à Beaubourg ils publient un certain nombre d'ouvrages sans coédition, cela dépend du statut du musée ?

R : Oui cela dépend du décret de constitution du musée. C'est la joie de l'Etat, c'est très variable.

Q : Bon je crois que j'ai fait le tour de mes questions.

R : Et alors c'est quoi votre sujet ?

Q : Mon sujet c'est l'influence de la programmation des musées sur le programme de publication des éditeurs d'art. Dans quelle mesure il y a une influence et est-ce que cela remet en cause les libertés de l'éditeur privé et son indépendance.

R : C'est un vrai problème que vous soulevez. Vous soulevez une des vraies seules questions fondamentales. C'est qu'à partir du moment où maintenant tout passe quasiment par l'édition publique [sous-entendu pour le secteur Art], il n'y a plus d'indépendance, par exemple si un auteur critique un musée, on ne le prendra plus, si un patron de musée n'aime pas tel historien de l'art, il va être délogé, s'il ne peut plus publier dans le privé cela veut dire qu'on aura une parole unique en Histoire de l'art qui sera celle des musées.

Q : Alors ça devient un peu comme un prolongement des programmes scolaires ?

R : C'est exactement cela. C'est une vraie question de la liberté de l'éditeur là, vous touchez du doigt un des nœuds du problème. C'est une vraie question politique au sens premier du terme.

Q : Cela va dépendre de qui est en place au pouvoir ?

R : Les directeurs des musées nationaux sont nommés par le Président de la République, quand vous aurez Marine Le Pen Présidente de la République...

Q : Mais est-ce qu'il y aura encore des livres ?

R : Oui, sur le folklore, les costumes d'antan, mais on ne rigole plus, il y a deux ans on vannait, là on n'est pas très loin de ça. Alors après le principe de l'édition c'est : plus il y a de censure plus il y a de petits éditeurs qui se développent. Après cela dépend de chacun de nous mais si j'avais un gouvernement fasciste au-dessus de moi, qu'est ce que je ferais ? Vous posez une question

Entretiens avec des professionnels

fondamentale. En gros vous avez le choix entre l'État et le Grand capital, le Grand capital n'en a plus rien à faire de ce qu'il publie puisqu'il faut une grande rentabilité, et l'État s'il devient fascisant...et au milieu il y a les gens comme nous, ce qu'on appelle les métiers de la culture, et notre travail est de résister au milieu de tout cela. Et ça tient parce qu'il y a des gens comme nous et comme vous la nouvelle génération qui va arriver, donc c'est important que vous ayez une conscience, peut importe votre bord politique, une conscience politique de votre travail. Ce n'est pas rien d'être éditeur, ce n'est pas rien de publier.

## Annexe N° IV

Entretien avec M<sup>me</sup> Béatrice Petit,

Responsable des livres de création aux éditions Hazan,

Le 3 février 2017

Q : Questions posées

R : Réponses de l'interrogé(e)

Q : En guise d'introduction est-ce que vous pourriez me présenter votre poste, ce que vous faites aux éditions Hazan ?

R : Aux éditions Hazan je suis chargée de faire les livres, c'est-à-dire que je reçois les textes, je les lis, je les édite, je travaille avec une correctrice, je fais l'iconographie, je rassemble les images, après je suis chargée de la mise en page avec un graphiste, de suivre la mise en page, le projet de mise en page, la recherche de la couverture, vous voyez, tout ce que l'on fait pour faire un livre. Je m'en occupe jusqu'au bout, jusqu'à la négociation des droits images, des droits d'auteurs pour les images, l'ADAGP... Tout le livre. En fait, je reçois un manuscrit brut, enfin brut, qui a été validé par la directrice éditoriale, Delphine Storelli et puis c'est parti je travaille sur le livre pendant plusieurs mois.

Q : Et vous êtes en charge de quels types de livres ?

R : Alors, je suis en charge des créations Hazan, tout ce qui est création, aussi bien des livres de textes, que des grands beaux-livres ou des monographies.

Q : Et selon vous quelles sont les tendances actuelles du marché des livres d'art ?

R : Ce n'est pas facile, je trouve que c'est un peu mou là, ça marche moins bien qu'avant, enfin moins bien, nettement moins bien. Je pense que les tendances, comme ça à priori on voit bien que ce sont surtout les catalogues d'exposition qui se vendent, tout ce qui est lié à une actualité assez forte. Alors après une actualité assez forte, vous voyez par exemple, il y a eu cette grande année Bosch, célébrée toute l'année 2016, et nous avons fait une création dans notre collection d'un Bosch mais qui est un texte qui parle du *Jardin des délices* qui est plutôt une analyse iconographique. Ça a bien marché.

Q : Ça s'est bien vendu ? Et vous l'avez fait paraître au moment de cette actualité ?

R : On l'a sorti en octobre 2015, pour qu'il soit là toute l'année 2016. Il y a des exceptions comme cela qui marchent assez bien mais on se rend compte quand même, c'est sûr, qu'il faut à tout prix qu'il y ait une actualité.

Q : Sinon les gens ne sont pas intéressés ?

R : Enfin pas intéressés, il y en a mais ils sont de moins en moins nombreux, cela rétrécit. Donc si par contre ils entendent parler de Bosch, de l'année Bosch, je ne sais pas peut-être qu'ils s'arrêtent du coup devant une librairie plus facilement, ils vont l'acheter ou faire un cadeau parce que c'est dans l'air du temps. Je ne me rends pas bien compte, parce que je n'ai jamais fait d'études de marché, vous voyez bien je fais les livres. [rires]

Q : Je sais bien ce qui m'intéresse c'est votre ressenti, étant donné que vous voyez évoluer les programmes aussi. Et du coup cette tendance vous pensez qu'elle influence la diversité de l'offre ?

R : Oui elle l'influence sérieusement. C'est à dire que ça va être de plus en plus difficile de faire un livre d'Histoire de l'art qui doit être présent parce que quand on est tenu, et c'est tout à fait normal de faire un compte d'exploitation, on n'est pas la pour dilapider de l'argent qu'on n'a pas. Donc ça devient de plus en plus compliqué parce que si vous mettez un espoir de vente de 500 exemplaires vous ne pouvez pas faire le livre. Un sujet très pointu on va essayer du coup, pour ce qui est des textes extrêmement importants, de les publier dans nos collections textes, éditions poches *Bibliothèque Hazan* et d'ailleurs ça ne se vend pas énormément mais au moins ils existent et on sait que c'est important d'avoir des textes essentiels d'historiens de l'art.

Q : Ce sont des livres moins illustrés, qui coûtent moins cher ?

R : Ils ne sont pas illustrés donc on les vend entre 20 et 30 €, c'est du texte avec parfois un cahier hors texte, un cahier d'illustrations.

Q : Sinon si c'étaient des livres illustrés ce ne serait pas possible de les publier ?

R : Ce n'est pas que ce n'est pas possible, le problème c'est le coût du papier, nous tout est cher, l'investissement dans un livre d'art est très cher. Parce qu'on paye une image en moyenne 150 €, alors quand on se débrouille mieux on arrive à descendre à une moyenne de 100 € sur les très beaux livres donc vous imaginez si vous en mettez 2-300 déjà, le budget ? Vous avez un papier que vous devez choisir, c'est du papier xxx [sous-entendu cher]... Un bon imprimeur, une reliure, une photogravure, donc on n'a pas du tout le même investissement que quand on fait un livre de texte. Ce ne sont pas les mêmes investissements qu'un éditeur de romans. Nous notre problème c'est l'investissement de départ. Ça fait plus de 25 ans que je fais ce métier, si ce n'est 30, avant on vendait 6 000 exemplaires.

Q : Et là, vos tirages moyen c'est à peu près combien ?

R : 1 500.

Q : Avec beaucoup de retours ou vous arrivez à écouler ce nombre ?

R : Non, on en écoule la moitié, et ça a chuté énormément. Je vous parle du livre d'art.

Q : Le livre sur l'art, l'histoire de l'art etc...

R : Alors *L'Histoire de l'art pour tous*, le livre qu'on a fait avec Nadeije Laneyrie-Dagen se vend bien, ce sont des livres didactiques mais on les a fait dans cet esprit là c'est à dire que ce sont des livres qui sont faits pour des jeunes débutants et des jeunes étudiants en Histoire de l'art, ou surtout pour ceux qui font de l'Histoire de l'art maintenant en collèges et en lycées, qui ont une option, parce que quand on rentre à la fac, il vaut mieux lire des livres plus développés.

Q : Plus pointus ?

R : On va dire plus développés. Et ça peut servir quand vous êtes obligés d'enseigner en Histoire de l'art au collège ou en 2<sup>nde</sup> au début du lycée, les professeurs n'ont pas forcément la formation puisqu'ils sont profs d'Histoire. Ça leur donne une structure et ce sont des livres qui marchent assez bien. Donc évidemment on avait imprimé un grand nombre d'exemplaires, donc notre investissement se répartit sur un nombre d'exemplaires mais je pense que vous avez déjà du apprendre ça en faisant votre apprentissage, c'est la logique. Et notre problème il est là c'est qu'il y a 25 ans on faisait des livres d'art, les mêmes, mais on savait qu'on allait en vendre 6 000 ou 5 000.

Q : Donc en pratique tous les jours ces changements ?

R : C'est doucement quoi, les éditions Hazan ont une très très grande réputation de sérieux, donc c'est ce qu'on essaye de tenir et de continuer à faire mais ça demande un investissement personnel bien plus important, vous voyez bien il faut tout faire donc il y a une passion derrière bien sûr mais moi je ne suis pas à la place de ceux qui font de la gestion et qui gèrent tout ça mais qu'est-ce qu'ils vont décider ? Ce n'est pas de leur faute mais c'est le marché et aussi cette multitude d'ouvrages qui ne sont pas forcément une multitude de livres d'art, mais une multitude d'ouvrages en général et quand vous entrez dans une librairie vous voyez la place qu'il y a... Donc le libraire lui, il fait des tables énormes avec des prix littéraires parce que c'est quand même son gagne pain, il faut bien qu'il vive, et vous vous rendez compte qu'il y a des librairies où on a peut-être une table mais ces grandes tables pour les livres d'art, enfin on est quand même beaucoup et puis il y a ces catalogues qui arrivent et on en produit moi je ne m'en occupe pas mais heureusement que l'on fait des catalogues d'exposition. Donc tout cela s'imbrique et il faut qu'on essaye de continuer, ce qu'il faut c'est qu'on diminue un peu la production de création.

Q : Vous actuellement, vous publiez plus ou moins de livres qu'avant ?

R : Moi je suis en charge de plus d'ouvrages depuis un certain nombre d'années, beaucoup, et puis cette année il paraît qu'on essaierait de baisser.

Q : Et vous qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Moi je pense que c'est mieux, pour tout vous dire, je préfère qu'on publie 6-7 livres, parce que tous nos livres sont importants, tous les livres que l'on publie sont importants. Il n'y en a pas un qui est moins important que l'autre mais le problème c'est que si on se donne tous du mal pour que tous ces livres soient parfaits jusqu'au bout et qu'ils soient tous traités de la même façon et c'est ce que l'on fait, le gros problème c'est qu'une fois qu'ils sont livrés et sur le marché ils ne sont pas tous traités pareil. D'abord, de part le nombre qui arrive sur le marché, de nous, des autres, et donc les journalistes sont arrosés de livres et vont dire : je fais le tri, je ne peux pas parler de tout ce n'est pas possible donc je vais en choisir un chez Hazan j'aime bien celui-là mais je ne vais pas parler des autres. Donc il y a déjà des difficultés dans la presse parce qu'il y a trop de bouquins, donc ils vont parler de deux livres, c'est très difficile. Vous avez le libraire, qui ne peut pas s'encombrer et puis payer – même s'il a des avoirs après – donc je trouve que ce sont des livres qui dans ces conditions-là actuellement qui ne peuvent pas tous être défendus de la même façon. J'espère que de diminuer la production permettra surtout, alors pour moi ce sera plus confortable pour faire les livres, on pourra mieux s'occuper des livres, et notamment l'attaché de presse.

Q : Du coup vous parliez beaucoup d'actualité, par exemple pour *Le Douanier Rousseau* c'est Hazan qui a fait le catalogue mais que Larousse, Prisma publient un Douanier Rousseau, pour vous c'est inutile de procéder comme cela ?

R : Là oui c'est que du business.

Q : Des livres d'images ?

R : Oui des livres d'images. Bon Larousse ça peut peut-être être fait sérieusement, je n'ai pas regardé, mais tout ce qui est hors-série... Ce n'est pas du tout méprisant mais ils viennent manger une part de marché et ce qui est fou c'est qu'ils puissent faire ça, que les musées acceptent, parce que souvent ils sont en coédition avec les musées c'est ça qu'il faut voir, il y a certains hors-séries qui se mettent en coédition avec le musée qui fait l'expo, alors que ça devrait être avec nous, même nous on peut faire des publications pas chères, l'album de l'exposition, mais on peut aussi imaginer un autre livre. Vous voyez bien ces éditeurs ce n'est pas normal qu'ils fassent des livres là-dessus. Après oui, je ne sais pas, les gens les achètent certainement.

Q : Ils sont moins chers, mais ce n'est pas le même contenu ?

R : Oui mais nous quand on a fait l'album de l'exposition avec le musée du Louvre, qui s'était vendu, à l'époque quand je faisais encore des catalogues d'exposition, 9€, donc ce n'est pas cher. Donc on extrait des images on met quand même un texte, c'était fait très sérieusement par la même équipe et le conservateur.

Q : Et à propos du programme de publications, comment est-il élaboré au sein d'Hazan ?

R : On travaille justement avec Delphine Storelli qui est directrice éditoriale extérieure, conseillère éditoriale, c'est elle qui continue à amener des titres, moi je peux aussi en proposer si j'en ai, parce que c'est plus long – comment vous dire – de programmer des livres comme ça. D'abord, parce qu'un auteur vient vers vous avec son projet, vous en discutez, parce que ce sont quand même des historiens de l'art, qui sont en perpétuelle recherche et en travail donc où ils ont fait un gros travail de recherche dans le cadre universitaire et ils le réécrivent pour un livre qui s'adresse à un plus large public et viennent vous en parler : est-ce que vous seriez prêts à éditer dans le cadre des grosses monographies – *Malévitch* vous voyez on l'a sorti cette année, Jean-Claude Marcadé est le grand grand Monsieur *Malévitch*, c'est un travail de toute une vie et ce livre lui a même était commandé par Jean-François Barrielle qui est quand même décédé en 2015, donc commandé même 2-3 ans avant...

Q : Et ce sont des livres qui ont des délais un peu plus longs que les autres ?

R : Ce sont des livres qui ont des délais un peu plus long, et souvent toutes les grandes monographies c'est ça, parce que c'est un travail de recherche terrible. Alors après on peut demander, maintenant comme on s'oriente vers un allègement maximal des coûts éditoriaux, on peut dire : on a des auteurs – et tout le monde travaille un peu comme ça maintenant – qui peuvent nous écrire un Bruegel, parce qu'ils viennent vers nous car ils voudraient écrire un Bruegel parce que eux aussi ils savent que ça va être l'année Bruegel en telle année. Alors qu'eux-mêmes sont en recherche sur Bruegel et ça les intéresse. Donc ça se passe comme ça et on peut aussi évidemment aller chercher un auteur et lui commander quelque chose, une thématique...

Q : Et qu'est-ce qui influence vos choix ? On va faire tel livre plutôt qu'un autre ? En dehors de l'actualité, des questions de rentabilité ?

R : Des questions de rentabilité oui, des questions aussi d'inédit quand même. D'inédit et surtout aussi trouver toujours cet aspect didactique, que l'Histoire de l'art peut être quelque chose d'abordable à travers un livre. Parce qu'en fait les créations ne sont pas plus compliquées que les catalogues d'exposition, je peux vous le dire pour les avoirs édités les catalogues d'exposition, c'est des millions de signes qui sont à peine gérés par l'éditeur qui n'a pas tant de temps parce que ça arrive trop tard. Alors qu'un livre en création on fait tout pour que l'auteur nous rende un texte lisible par tout le monde, il n'y a plus de jargon universitaire dedans. C'est notre rôle, l'éditeur c'est ça avant tout faire passer un livre de chercheur à un livre grand public parce que toute information, tout savoir doit être divulgué.

Q : La démocratisation c'est un mot qui revient beaucoup dans le milieu des institutions du monde de l'art, pour vous cela s'applique à l'édition ?

R : Moi de toute façon j'ai toujours été pour publier des livres que tout le monde peut lire et puis s'il le faut, on a des collections de texte, où si le texte est un peu plus compliqué c'est à la fois pour des universitaires, des étudiants, des chercheurs et puis vous si vous avez l'envie, la curiosité de lire ça parce que vous avez une passion pour Kandinsky et vous vous dites : je veux lire ce livre. Et tout livre écrit correctement en français est lisible, après, c'est comme les sciences, comme la littérature, c'est une forme d'information que l'on digère ou pas mais qui est accessible. Je pense que c'est plus accessible qu'il y a trente ans, c'est plus accessible par le nombre d'expositions. Les gens vont dans les musées, parcourent de plus en plus les siècles et l'art. Avant, c'était vraiment réservé à...

Q : Une élite ?

R : Oui, oui.

Q : En fait, vos ouvrages se destinent à tous les publics ?

R : Oui.

Q : Peut importe l'ouvrage ?

R : Peu importe, oui c'est que je vous dis, après si on veut faire un livre avec lequel on ne peut pas toucher [sous-entendu tous les publics] parce que c'est un livre de chercheur, un peu plus pointu, on le met dans les collections textes.

Q : C'est pour les livres où vous prévoyez de faibles ventes ?

R : Faibles ventes ou à contenu réservé à des spécialistes, mais qui font la marque Hazan, la réputation d'Hazan, sur le contenu. Ça ne veut pas dire que dans les grands livres le contenu n'est pas bon, mais parfois vous avez des livres plus compliqués... Mais d'ailleurs souvent, nos collections ont des textes extraordinaires, des très bons textes qui ont été faits pour des monographies qu'on repasse en collection *Bibliothèque Hazan*, pour que les gens puissent l'acheter, sans les images et qui coûtent moins chers.

Q : Et vous faites des beaux-livres aussi ? Comment vous distinguez livres d'arts, beaux-livres ?

R : Moi j'appelle ça des livres d'art.

Q : Parce qu'aujourd'hui tout le monde fait des beaux-livres.

R : Nous c'est de l'Histoire de l'art.

Q : Et il vous arrive d'avoir des surprises ? Des livres pour lesquels vous pensiez qu'ils ne se vendraient pas tant que cela et finalement si, ou l'inverse ?

R : Oui, mais surtout il arrive qu'on ait des bonnes surprises. Et puis en fait ça dépend des caractères, il y a des gens qui peuvent vous dire... Mais même sur des catalogues, j'ai fait le catalogue *Babylone* là, la grande exposition du Louvre, Jean-François [Barielle] était venu me voir en disant : mais ça ne marchera pas... Parce que c'est fou, c'est 2 millions et demi de signes, c'est un gros investissement même si on le partage en coédition avec le Louvre. Et moi qui était en train de le faire, plongée là-dedans, et je lui ai dit : je ne suis pas du tout d'accord avec vous. Et il me dit : mais pourquoi vous dites cela ? Parce que *Babylone* c'est un vrai mythe et je pense qu'il y aura beaucoup de gens qui irons à l'expo. Et il y a beaucoup de gens qui sont venus à l'expo. Mais comme ça, j'ai eu un meilleur sentiment que lui et ce truc vous ne le trouverez jamais il est épuisé.

Q : Les catalogues ont le monopole maintenant ?

R : Oui mais il y en a qui ne marchent pas forcément des catalogues d'expo.

Q : Ça dépend, ça tient à quoi selon vous ? Au lieu, au thème...

R : Oui à l'affiche, au titre. Mais ça arrive effectivement qu'on ait des livres de textes ou par exemple des guides des arts quand on est dans les créations où on se dit : oh quand même celui-là on ne sait pas... Et ça marche très très bien.

Q : Donc vous prenez quand même des risques ?

R : Ah oui ! De toute façon c'est des risques. Mais tacitement acceptés.

Q : Et ce sont aussi les bonnes ventes de catalogues qui permettent encore de prendre des risques ?

R : Ah oui.

Q : Car tout à l'heure vous parliez des catalogues...

R : Ah oui il vaut mieux, une maison de livres d'art ne peut plus, est obligée aussi de faire des catalogues d'expo, mais ce n'est pas déshonorant du tout quand je dis ça. C'est parce que là commercialement, au niveau des chiffres c'est beaucoup plus clair.

Q : Parce qu'il y a la coédition ?

R : Oui et puis Hazan fait tous les catalogues d'exposition du musée Marmottan Monet.

Q : Vous avez une exclusivité ? Parce qu'il est indépendant ?

R : Oui. De toute façon la RMN fait ses catalogues toute seule. Après nous on fait des catalogues parce que le Louvre s'était mis en indépendant et ne fait plus les catalogues avec la RMN. Peut-être qu'ils vont recommencer, mais la RMN fait tous les catalogues du Grand Palais et du Musée du Luxembourg parce qu'ils ont propriétaires enfin ils font les expos là, ou dans certains musées de Province mais sinon c'est Gallimard, Flammarion et puis Somogy, qui ne fait que des catalogues lui du coup. Et puis le savoir faire du catalogue on l'a vraiment, ça fait longtemps. Même moi j'avais commencé à faire des catalogues d'exposition avec Jean-François Barielle on était ensemble chez Flammarion. C'était formidable on faisait tous les catalogues d'exposition de l'IMA [Institut du Monde Arabe] à l'époque où il y avait la queue pour entrer dans les expos, c'était tout le Liban, enfin vous êtes trop jeune, des expositions formidables, magnifiques et on en a fait beaucoup.

Q : Quand c'est comme ça, pour les catalogues d'expo vous répondez à des appels d'offre ?

R : Oui voilà, on répond à des appels d'offre, de toute façon c'est obligatoire pour tout le monde. Vous ne pouvez pas faire autre chose que cela. Ils sont obligés puisque c'est un marché public. Sauf quand ce sont des marchés privés, comme Marmottan Monet.

Q : À propos de la diffusion des livres et de vos relations avec le service, quels sont vos relations avec le service commercial ? Comment vous travaillez sur la diffusion des livres ?

R : Alors ce n'est pas moi c'est Marie-Hélène Durand de Corbiac, qui s'occupe elle du marketing qui vraiment a le poste de commerciale et si les commerciaux demandent quelque chose elle vient vers moi et je lui transmets mais moi je ne suis pas en relation. Après cela peut être le directeur éditorial qui lui présente les livres. Parce qu'on a toujours fonctionné comme cela nous, parce que présenter les livres Hazan c'est un autre travail à part entière, Delphine quand elle a discuté pendant des heures avec un auteur, qu'ils se sont mis d'accord sur le plan, elle fait une première lecture. Et Delphine ou Jean-François Barielle ils savaient pourquoi ils avaient commandé ce livre, ou ils ont reçu l'auteur ou ils sont allés le trouver mais ils savent pourquoi, je trouve que c'est simple d'aller défendre un livre que l'on programme tout seul. Tandis que vous imaginez moi il faut que je me mette à travailler amont sur tel artiste, que je le présente...

Q : Et du coup pour avoir un retour sur vos livres est-ce que vous allez au contact des libraires, par exemple ?

R : Oui Marie-Hélène ou alors quand je vais en librairie, parce que je vais en librairie, pour moi, mais je ne me présente pas à chaque fois par contre quand je me présente, je demande comment ça marche. Sinon j'y vais avec les auteurs quand ils font une manifestation, quand ils donnent une conférence. Mais c'est Marie-Hélène qui a les remontées. Elle est en lien tout le temps avec les commerciaux.

Q : Et en parlant d'effectifs vous êtes combien d'éditeurs ?

R : Oui parce que la directrice éditoriale est passée en indépendant maintenant.

Q : Elle n'est pas ici ?

R : Fini. Et donc on est deux éditrices. Anne-Isabelle qui est à côté et moi. Anne-Isabelle ne fait que les catalogues d'expo mais pas tous il y a des extérieurs qui s'occupent de catalogues et moi qui fait les créations. Après il y a Joseph Borri qui est le directeur financier, Jérôme Gille qui était plutôt directeur commercial mais qui est le directeur d'Hazan, enfin lui il ne prend pas en charge la direction éditoriale des livres d'art et puis il y a le secrétariat avec Marie-Hélène.

Q : Donc vous êtes obligés d'externaliser des livres ?

R : Surtout les catalogues parce que comme ils arrivent au dernier moment groupés comme cela c'est non stop. Après sur les créations moins, même si c'est très difficile et que cela représente beaucoup de travail parce que je cours effectivement après la remise des fichiers c'est sûr mais je n'ai pas une institution qui m'a commandé un catalogue. J'en ai fait des catalogues là vous n'avez pas le choix.

Q : Oui faut qu'il y ait le livre pour le soir de l'inauguration.

R : Donc Anne-Isabelle elle ne pourrait pas tout prendre ce ne serait pas possible, ce serait trop risqué. Donc voilà, j'essaye aussi de me faire aider sur certains titres.

Q : Vous avez recours à des subventions pour éditer vos livres ?

R : Bien sûr, en particulier avec le CNL et sinon on essaye d'autres choses, ça peut être via les auteurs qui par leurs universités nous obtiennent des subventions.

Q : Et cela fonctionne comment, par exemple pour le CNL ?

R : Vous remettez les manuscrits complets mais ils ne sont pas édités. Un manuscrit, une liste des illustrations, 30 % du total des illustrations sur papier imprimées sur A3, vous envoyez ça et vous estimez vos coûts éditoriaux, le coût de l'impression et de la photogravure, le nombre d'exemplaires que vous comptez vendre et eux ils le font lire, ça passe en commission. Si le lecteur commissionné par le CNL est intéressé et trouve que ce livre doit être publié, ils vont regarder notre investissement et vont nous donner de l'argent en fonction de ça. On n'a pas intérêt à avoir triplé ou quadruplé la somme parce qu'ils demandent une vérification derrière, des justificatifs sur nos dépenses.

Q : Vous faites ça pour quels types de livres ?

R : Pour tous.

Q : Pour tous les ouvrages vous tentez ?

R : Aussi bien des livres de textes, parce que c'est quand même un investissement éditorial de coûts de relecture.

Q : Ce que je voulais dire c'est que vous ne tentez pas une demande de subvention pour chaque ouvrage publié ?

R : Non on ne peut pas on choisit.

Q : Ça demande du temps en amont ?

R : Ça demande du temps à préparer oui.

Q : Et est-ce qu'il y a des titres pour lesquels s'il n'y a pas de subvention, il n'y a pas de livre ?

R : Je pense que ça risque de se finir comme ça.

Q : Pour l'instant non ? C'est du bonus s'il y a l'aide du CNL ?

R : Non ce n'est pas du bonus, c'est qu'on est moins en perte mais je pense que là ils vont nous dire qu'il faut arrêter d'être en perte. Donc c'est pour cela qu'il faut faire moins de titres en fait, tant qu'à faire il faut être raisonnable. Il faut que vous sachiez une chose c'est que l'on ne gagne pas d'argent avec les livres d'art. Ce n'est pas vrai. Il ne faut pas monter une maison de livres d'art...

Q : Et du coup comment ça marche ? Catalogues et c'est tout ?

R : Oui catalogues...

Q : Après ce sont des livres qui durent les livres que vous vous éditez ? Ils restent en librairie ?

R : Le problème il est là, c'est que le fonds tourne de moins en moins.

Q : Parce que les livres que vous publiez sont des livres de fonds, qui visent à durer plusieurs années ?

R : Bien sûr mais les libraires vous avez vu la place qu'ils ont ? Alors les libraires qui sont spécialisés dans les livres d'art on de toute façon des exemplaires, après il suffit qu'ils les commandent. Mais moi je pense que le problème il est aussi du à cet afflux de livres

qui arrive dans les librairies de tout type d'ouvrages qui prennent énormément de place, le libraire il n'a pas le choix et d'abord il fait un travail de titan pour ce qu'il est payé donc c'est normal qu'on soit et tout le monde est moins visible. Vous rentrez dans une librairie vous ne savez pas ce que vous voyez comme livres vous avez le tournis. Tout le monde est moins visible et même la Fnac ils font un chantage terrible...

Q : C'est à dire ?

R : Les commerciaux et les représentants de la Fnac, ils vous disent : oui on va regarder... on va vous en prendre qu'un cette année... et puis on le mettra peut-être pas sur les gondoles. Ils font ce qu'ils veulent, ils sont dans le business. Donc eux ils ont des commerciaux à la tête de ça qui disent on va mettre sur les gondoles les livres qui risquent de se vendre. Enfin ça ressemble à notre société non ? Vous ne trouvez pas ? [Rires] Écoutez c'est quand même extraordinaire il y a de plus en plus de gens qui s'intéressent à l'art, ils font la queue aux expos et on vend de moins en moins de livres d'art donc vous voyez bien qu'on est dans le showbiz. Mais moi je n'ai pas de réponse à la question.

Q : Il y a toujours des éditeurs et il y a toujours des livres quand même ?

R : Hazan existe depuis très très longtemps.

Q : Ce que je veux dire c'est qu'en numérique il y a eu des tentatives de livres d'art numériques mais ça ne marche pas très bien alors est-ce que ça veut dire qu'il n'y a que le livre papier qui fonctionne ?

R : Le problème du livre d'art numérique c'est que pour payer des droits photos alors que tant dans la tête des gens, c'est pareil, ne sera pas revenu l'idée que ce n'est pas parce que c'est un livre numérique qu'on ne doit pas le payer cher.

Q : Mais même les livres papier, on ne peut pas avoir de tels livres pour 15 € ?

R : Non, mais après vous savez ce sont certains éditeurs comme Taschen qui on fait beaucoup de mal à l'édition de livres d'art. Le truc est simple faut que vous sachiez que Taschen, il est allemand, il fait un livre sur qui vous voulez, Van Gogh, il le fait en 80-100 000 exemplaires, parce qu'il le fait en anglais avant tout, en allemand, il le fait en deux-trois langues...

Q : Et plusieurs formats aussi.

R : En plusieurs formats mais surtout il imprime, dès que vous imprimez en anglais – vous comprenez que le marché en langue anglaise n'est pas le même que le marché en langue française.

Q : Et vous pendant les foires on vous achète des livres ?

R : Non, non les droits sont trop chers et puis les maisons d'édition d'art ont un peu disparues. Alors on en a déjà vendu ça n'a pas l'air d'être une pratique... Enfin si le Nikki de Saint-Phalle que j'ai fait va se vendre, si la Sculpture romane elle a été achetée par des italiens je l'ai fait en coédition directement avec eux.

Q : Vous faites aussi ce système de coédition directement ?

R : Oui c'est à dire qu'en fait je suis en relation avec l'éditeur italien et on s'échange les corrections, lui il fait traduire son texte en italien, il l'édite et après il me transmet des questions pour l'auteur « cette référence elle n'est pas bonne »... On édite le livre ensemble. *Grunewald* c'est pareil, on en a quand même fait. Il y a eu pas mal de livres vendus en monographie maintenant nous on achète moins de livres parce que c'est trop cher, on perd de l'argent.

Q : En traduction ?

R : Parce que c'est très cher la traduction et on ne peut pas dire qu'ils soient très bien payés.

Q : Je travaille sur les aides du CNL et en 2015, il y a 4 livres qui ont été aux éditions Hazan, j'imagine que vous avez travaillé dessus : Gauguin et l'école de Pont-Aven, Malevitch, Brève histoire de la photographie et Bosch dont on parlait tout à l'heure. Quels types d'aides avez-vous reçu pour ces livres ?

R : Ce ne sont pas des types d'aides je crois que maintenant ce sont des aides à la publication sur l'ensemble. On peut demander tout ce qu'on veut aide... Parce que le Bosch c'est un texte d'un grand grand spécialiste mais qui écrit en anglais alors qu'il est allemand, donc il fallait le faire traduire. On a acheté les textes à éditeur néerlandais mais le livre ce n'est que du texte c'est un livre universitaire. Ils ont un copyright, ils nous on cédé les droits.

Q : Et Malevitch lui est paru ?

R : En 2016.

Q : On voit que vous les délais sont un peu plus long.

R : Ça dépend si vous voulez si on peut on présente les projets le plus tôt possible au CNL alors je crois qu'on a un ou deux ans pour les faire. À chaque cession on a le droit de présenter 3 livres. Donc c'est un peu dommage de ne pas le faire, on a trois cessions par an. On se dit qu'il faut le faire systématiquement parce qu'il y a beaucoup d'éditeurs qui ne font leurs livres qu'avec le CNL.

**Annexe N° V****Entretien avec M<sup>me</sup> Geneviève Rudolf,****Directrice éditoriale des éditions Citadelles & Mazenod,****Le 1<sup>er</sup> mars 2017***Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : En guise d'introduction pouvez-vous me présenter votre poste aux éditions Citadelles & Mazenod ?

R : Alors moi je suis directrice éditoriale, donc on a une équipe ici à l'éditorial de 5 personnes, comme on est une petite structure, toutes les tâches de maquette, de correction sont externalisées comme partout, et donc je suis en charge de la programmation et je fais aussi de la réalisation. Donc on se partage les titres avec les collègues sur la réalisation. Et donc la programmation consiste à alimenter les collections qui existent et puis les nouveaux projets, 90 % de nos projets sont des commandes en fait.

Q : Quel est votre regard sur la production actuelle ? Selon vous quelles sont les tendances du secteur du livre d'art ?

R : Alors je crois que malheureusement, une tendance qui s'est amorcée depuis quelques années et qui s'accroît, il y a quand même moins de création dans l'ensemble, vraiment sur l'art après je ne parle pas de l'illustré en général, et beaucoup d'éditeurs je pense, du fait de la conjoncture se sont un petit peu réfugiés dans le catalogue d'expo. Alors il y en a qui parviennent à maintenir de la création, il y a de la production mais les choses sont peut-être plus formatées, beaucoup d'événementiel. Nous on ne fait pas de catalogue mais on cale les programmations sur de l'événementiel.

Q : Vous êtes parmi les derniers éditeurs d'art à ne pas faire de catalogues d'expo ? C'est un choix de ne pas en faire ?

R : Non on n'en fait pas ou c'est assez exceptionnel. C'est un choix à la base parce qu'on est une petite équipe, après on peut en faire de temps en temps quand une occasion se présente, avec des partenaires qui vont nous solliciter, on va répondre à un appel d'offre mais bon ça reste très marginal en fait.

Q : Et qu'est-ce que vous pensez de la place de tous ces livres en rapport avec les expositions, l'actualité ?

R : Je pense que sur certains sujets cela peut être intéressant quand il n'y a pas une bibliographie abondante, après sur d'autres sujets où il y a pas mal de choses, parce que clairement sur certaines publications il y a très peu de travail éditorial, pourquoi pas, c'est vrai que nous on essaye d'apporter du contenu sur ce qu'on fait. Chaque lecteur fait ses choix mais je trouve que c'est à double tranchant parce qu'il y a forcément un épuisement dans toutes les publications sur l'événementiel, il y a peut-être quelques titres qui sortent du lot en dehors du catalogue, mais je ne sais pas si les résultats sont réellement à la hauteur, moi je ne sais pas. Nous pour notre part sur les quelques titres que l'on cale sur des expositions, chaque année on en fait un ou deux, généralement ils ont bien marché. J'essaie d'être assez sélective en fait.

Q : C'est à dire, vous recherchez une cohérence ?

R : Oui tout à fait quand ce sont des grands peintres, on a notre collection des « phares », nous jusqu'à présent on a plutôt eu de très bonnes expériences de ce point de vue là alors qu'on essaye d'être assez sélectifs.

Q : Du coup vous arrivez à sortir du lot même s'il y a beaucoup d'éditeurs qui traitent cet événement ? Vous pensez que le fait de sélectionner permet de ressortir du lot ?

R : Oui et puis il y a des sujets que l'on sent plus ou moins. Et puis en fonction des livres qui existent déjà aussi, en fonction de l'audience médiatique de l'exposition, celui-ci a plus de chances d'être attendu par les visiteurs à la sortie de l'expo. C'est vrai que nos livres ne sont pas tous très chers mais il y en a beaucoup qui sont quand même assez chers, mais jusqu'à présent ça a plutôt correctement fonctionné. Et je pense que c'est peut-être le travail d'être dans l'originalité qui justement par rapport à tout ce qui se fait, sachant que bon on est jamais sûrs.

Q : Et est-ce que vous pensez que cette tendance a un impact sur la diversité de l'offre ?

R : Ah oui clairement.

Q : Dans quel sens ?

R : Le nombre de références baisse, nous pour les grandes monographies, c'est clair qu'avant d'en lancer une, moi je me renseigne sur une expo qui peut l'appuyer, surtout quand ce sont des artistes un peu plus confidentiels entre guillemets. On essaye d'accrocher à un événement.

Q : En fait vous avez le projet à la base et après vous cherchez un événement auquel il peut se rattacher ? Ce n'est pas l'événement qui amène le projet ?

R : Il y a les deux. Mais par exemple Hopper, je l'avais envisagé avant qu'il y ait l'exposition, il y a eu plusieurs cas comme cela, et il y a d'autres livres qui ont été fait parce qu'on savait un an ou deux à l'avance qu'il y avait tel événement, on se dit « tiens, ce serait bien d'envisager ça » et dans ce cas là on a passé une commande [à un auteur].

Q : Et vous pensez que le nombre de titres diminue ?

R : C'est l'impression que j'ai en termes de créations.

Q : Et du coup il y a plus de livres sur des mêmes thèmes ?

R : Et oui un petit peu, parce qu'on va avoir les dix livres sur Vermeer là, et on en fait partie sachant que nous notre Vermeer il est sorti il y a plusieurs années et que là on l'a réimprimé, mais bon c'était une bonne occasion donc on ne s'en prive pas. Rodin c'est pareil c'est un livre qu'on avait fait il y a déjà plusieurs années et puis c'est vrai qu'après c'est délicat parce qu'on n'a pas toujours la visibilité de tout ce qui se fait en librairie, parce que les libraires c'est assez difficile pour eux et ils sont aussi dans ce mouvement, c'est l'événement qui crée un peu l'impulsion d'achat et donc ils se focalisent aussi beaucoup sur les événements. Après il y a des librairies d'art qui sont mieux achalandées. Mais c'est vrai que du fait du coût d'un livre d'art illustré, en dehors des essais, c'est quand même assez coûteux donc pour se lancer dans les projets il faut vraiment bien étudier la question. Bon c'est une tendance mais cela n'empêche pas qu'il y ait de très beaux projets qui sortent en dehors de l'actualité et qui trouvent leur public.

Q : Et du coup on entend dire que c'est un secteur qui se porte mal – depuis longtemps – mais en pratique quelles conséquences cela a sur votre travail ? Est-ce que votre travail a changé ?

R : Oui ça fait au moins 30 ans qu'on entend cela. Alors oui, clairement avant je pense qu'on faisait moins d'études de marché, on prenait moins d'assurance, il y avait moins d'anticipation sur les résultats, alors qu'aujourd'hui on ne peut pas se permettre de se planter vues les sommes engagées comme je le disais. Tout est beaucoup plus mesuré, et donc il arrive qu'un livre dont le sujet est très intéressant et pour lequel on pense qu'il peut y avoir une possible audience mais pour lequel on va avoir un budget iconographique juste impossible et bien on va décliner ou on va attendre.

Q : C'est l'icone le poste de dépense le plus difficile ?

R : Chez nous il y a l'icone et la fabrication.

Q : Oui parce que ce sont des livres aux formats conséquents ?

R : Oui sur les grands formats en particulier, et après sur les incidences dont vous parliez il y a ce niveau d'anticipation économique qui clairement impacte sur la faisabilité des livres, sur les sujets et les projets. Il faut pouvoir les porter pour rassurer un peu le marché parce que c'est clair qu'un projet ne va pas être validé si les gens ne sont pas rassurés.

Q : Il faut rassurer le contrôleur de gestion ?

R : Oui et puis les commerciaux.

Q : Et du coût est-ce qu'en moyenne le nombre de titres publiés a varié ? Sur ces dix dernières années, vous publiez plus, moins qu'avant ?

R : Non c'est stable.

Q : Et en termes de volume, du nombre d'exemplaires par titre ?

R : C'est relativement stable, sur les cinq dernières années, il y a un risque sur les premiers tirages qui est plus maîtrisé, on ne va pas se lancer dans des grosses impressions et on réimprime plus.

Q : Ce n'est pas le cas chez tous les éditeurs, vous pensez que cela est du à quoi cette stabilité ?

R : Alors nous on a la chance, je pense que cela y fait pour beaucoup, d'avoir un réseau de courtage. Donc ce sont 30 vendeurs qui travaillent pour la maison sur toute la France, qui est un réseau qui est séparé du réseau librairie et donc ça c'est une force de vente très importante puisque cela représente à peu près 50 % de notre chiffre d'affaires. Le marché de la librairie c'est Hachette, tous les niveaux de ventes c'est Hachette qui les fait.

Q : Est-ce que vous pouvez m'expliquer comment fonctionne le courtage ?

R : Le courtage, c'est un commercial qui est salarié de la maison qui va par exemple être dans la région de Nice, qui est comme un commercial dans le domaine médical, se rend chez les particuliers, dans les établissements scolaires, les bibliothèques...

Q : Cela représente un gros investissement pour votre structure ? Mais cela vous permet d'augmenter de façon considérable vos ventes ?

R : Ah oui, on a quand même près de 50 % de nos ventes qui sont faites en courtage. C'est une particularité.

Q : C'est une méthode plutôt à l'ancienne on peut dire ?

R : Oui ce sont les vieilles méthodes Encyclopédies Universalis.

Q : Et comme ce sont des livres parfois assimilables au luxe, le relationnel avec le client c'est quelque chose d'important ?

R : Oui c'est un aspect qui est important.

Q : Et je voyais dans le bureau des exemplaires en chinois, vous arrivez à vendre vos livres à l'étranger ?

R : Oui en Asie cela fait 6-7 ans que l'on a développé cela, on a trouvé des partenaires, parce que l'on achète aussi un peu de droits en Asie, en Chine notamment.

Q : Et donc ça c'est une ressource supplémentaire pour vous ?

R : Oui, ça l'a toujours été, on a toujours eu pas mal de ventes et d'achats, du fait qu'on est une petite structure on a besoin aussi d'acheter à l'étranger et puis on vend aussi nos ouvrages sous forme de cession ou de coproduction.

Q : Parce que la plupart des éditeurs que j'ai rencontrés me disaient qu'ils avaient du mal à vendre leurs droits à l'étranger.

R : En livres d'art ? Alors nous ça a mis du temps à démarrer.

Q : C'est une histoire de confiance aussi ?

R : Oui, il faut que ce soit sécurisé ça c'est sûr mais pour l'instant ça fonctionne. En Asie, il y a un mouvement, ils commencent à s'ouvrir et comme le niveau de vie a augmenté et au niveau culturel, le côté gros livre ils aiment bien. Et en même temps il y a beaucoup de traductions dans nos livres, ils ont de très bons éditeurs de livres d'art, il y en a quelques uns qui sont vraiment sérieux.

Q : Et donc comment est élaboré votre programme éditorial, vous disiez que vous étiez en charge de la programmation ?

R : Oui, et on se consulte, on consulte les commerciaux, les réseaux, c'est inévitable.

Q : Et ces réseaux, est-ce qu'ils vous font remonter des choses du terrain, ou donnent leur avis et orientent vos choix ?

R : Oui on va nous dire « ça non », et puis on a un projet, par exemple Hopper, personne n'en voulait et quand j'ai dit « il va y avoir une exposition » alors là « ah oui peut-être qu'on pourrait essayer » et puis ça a été un grand succès. C'est incontournable alors que la maison, il y a plus de dix ans elle ne faisait pas de consultations.

Q : Et comment ça se passait avant ?

R : Avant il y avait les collections et là on s'est beaucoup diversifiés, il y a beaucoup de hors collection, des formats plus petits, des formats moins chers, donc le catalogue s'est beaucoup diversifié tout en restant centré sur l'Histoire de l'art mais au sens très large, ça va de la préhistoire jusqu'à de l'art contemporain, la BD, le cinéma, la mode mais du point de vue Histoire de l'art en fait.

Q : Avec des auteurs spécialisés en fait ? Vous avez toujours pour objectif de produire des livres de fonds ?

R : Oui, la plupart du temps.

Q : Et vous arrivez à les garder en librairies ?

R : Nous on a aussi la spécificité aussi du fait que nos livres soient chers, sur nos livres à plus de 100 €, il n'y a pas de droit de retour, donc les mises en places sont beaucoup plus faibles parce qu'il faut que les librairies puissent les payer, après on est très souples on fait des échanges, on gère en direct pas mal de choses. Pour ce qui des retours ces dernières années, comme les libraires étaient plus prudents justement parce qu'ils avaient des problèmes de trésorerie, les retours ont été moindres parce qu'ils en prenaient moins pour être sûrs de les vendre et du coup ce n'est pas plus mal pour nous.

Q : Et parfois au bout d'un certain temps vous donnez l'autorisation au libraire de solder ?

R : Non jamais. Alors effectivement il y a des libraires ou des enseignes qui prennent des libertés mais normalement on n'a pas le droit de solder sans l'accord de l'éditeur et de l'auteur. Nous ce qu'on fait c'est que l'on va faire des offres à des prix moindres mais ce ne sont pas vraiment des soldes. Par exemple le Vermeer que l'on a ressorti il était à 189 € on l'a fait passer à 145 €, c'est une offre promotionnelle sur une réimpression mais ce n'est pas vraiment pour déstocker.

Q : On l'a un peu dit mais qu'est-ce qui influence vos choix pour élaborer le programme des publications ?

R : Alors comme on a à peu près une vingtaine de titres par an, il faut essayer de satisfaire tout le monde, être assez variés dans l'offre que l'on propose, on pense aussi à nos représentants de courtage qu'ils n'aient pas 4 livres sur la Renaissance à présenter. Et puis [varier] en termes d'objets, en termes de prix. Il y a des livres dès 39 € et on avait même lancé une petite collection de coloriages à 19 €.

Q : Ah vous avez fait des coloriages ?

R : Ce n'est pas très original mais ça ne s'est pas trop mal vendu, mais on ne va pas continuer.

Q : Ah bon ?

R : Parce que la vague est passée, donc on fera autre chose. Mais sur les livres d'art les premiers prix c'est 39 €, et après il y a les très chers en même temps ce sont des éditions qui sont limitées, ce sont pour certains parfois des objets de bibliophilie.

Q : C'est un peu votre marque de fabrique de garder ce caractère de bibliophilie ?

R : Oui. On les vendra moins en librairie par rapport à des livres moins chers mais le réseau de courtage les vend très bien parce qu'ils ont des fichiers qui sont adaptés.

Q : Vous vendez à des collectionneurs, mais quel public vous pensez atteindre ?

R : C'est très difficile, j'aimerais bien le connaître, mais on sait qu'historiquement, le noyau, sur Citadelles c'étaient des profs. Et je pense jusque dans les années 2000, et après ça a commencé à changer avant 2010, parce qu'une nouvelle génération de profs arrive, ils sont moins sensibilisés aux beaux-arts.

Q : Vous pensez que cela est dû à quoi ? À leurs formations ?

R : Oui ce sont les formations et puis le mode de vie, les salaires de profs ne sont pas énormes, plutôt que d'acheter un livre à 200 €, je comprends que l'on préfère garder ça pour partir en week-end. Mais il y a quand même des profs qui continuent à nous acheter des livres. Après on a la bibliophilie et puis en librairie c'est difficile à dire.

Q : À priori c'est quand même un public assez fidèle pour que le courtage fonctionne aussi bien ?

R : En courtage oui mais c'est le rapport humain je pense.

Q : Et vous avez des concurrents dans ce domaine ?

R : Il n'y a plus beaucoup de monde qui le fait, les encyclopédies ont arrêté, il y a les éditeurs bibliophiles, et quelques éditeurs mais généralement c'est sur du très haut de gamme.

Q : Et sur une année qu'est-ce qui se vend bien, qu'est-ce qui se vend moins bien, est-ce que vous avez des exemples ?

R : Alors sur l'année dernière, ce que l'on a bien vendu, dans les gros livres on a bien vendu celui-ci *Les vélins du Muséum d'Histoire Naturelle*, effectivement essentiellement en courtage on en a vendu un peu moins en librairie parce que c'est un livre à plus de 400 €, *Écrire la mythologie*<sup>2</sup> c'est bien vendu aussi, pourtant c'est un ouvrage qui n'est pas donné, il s'est vraiment bien vendu.

Q : Et en chiffres on n'a pas parlé du nombre de tirages.

R : Notre tirage moyen se situe entre 2 500 et 3 000 exemplaires. Après ça varie, par exemple ce gros<sup>3</sup> on l'a tiré à 2 000 exemplaires.

Q : En fait, vous diriez que vous avez un public de niche ou pas, parce que cette régularité veut peut-être dire quelque chose du public que vous touchez ?

R : Oui, les livres chers c'est quand même des livres assez élitistes, au niveau du prix c'est clair que ce ne sont pas des éditions populaires.

Q : Et pour démocratiser vos ouvrages ?

R : Dans les livres, quand on fait des rééditions on essaye de changer les formats, par exemple pour *L'art de la photographie*<sup>4</sup> qui était un gros livre, à plus de 200 €, sorti il y a presque 10 ans, on en a fait une petite édition brochée, moins chère qui est plus accessible à 89 €, avec le même contenu, très illustré aussi.

Q : Donc vous faites beaucoup vivre votre fonds ?

R : Oui parce que cela limite les frais de créations, beaucoup d'éditeurs font cela. Et cela permet de redonner vie à un livre qui est épuisé et de le rendre plus accessible.

Q : Et du coup tous ces livres publiés à l'occasion d'une exposition, vous pensez que dans 10 ans ils seront toujours exploitables ?

R : Justement c'est toute la question du fonds, la vision est à très moyen terme, il faut justifier ses dépenses par des rentrées donc les comptes d'exploitation c'est un an alors qu'avant c'était trois ans.

Q : Et vos délais pour produire un livre, ils ont raccourci ?

R : Oui je pense que ça s'est raccourci un petit peu et notamment à cause de ces événementiels, il y en a qui faut faire au pied levé des fois et on est une petite équipe et c'est assez sophistiqué en fabrication, ça prend du temps et du coup il faut courir un peu.

Q : Vous imprimez où en général ?

<sup>1</sup> *Les vélins du Muséum d'Histoire Naturelle* | 430 €

<sup>2</sup> *Écrire la mythologie* | 219 €

<sup>3</sup> *Les vélins du Muséum d'Histoire Naturelle*

<sup>4</sup> *L'art de la photographie*

R : Beaucoup en Italie, un peu en Espagne, il y a des réimpressions que l'on fait en Chine aussi et des petits livres qui sont des créations et pour lesquels on ne s'en sort pas en Europe, mais bientôt cela ne fonctionnera plus parce que les prix commencent à monter.

Q : Et pour vos auteurs, vous disiez faire beaucoup de livres de commande, pour eux aussi les délais sont plus courts ? Ou c'est vous qui compensez cette réduction de délais ?

R : Souvent c'est nous, les auteurs on essaye d'être réalistes on ne peut pas fixer des délais...

Q : Ce sont des livres qui en pagination sont énormes donc il faut s'y pendre un an à l'avance ?

R : Oui, le minimum c'est deux ans, quatre ans je trouve que c'est trop long parce que les gens perdent le fil, deux-trois ans en général c'est le bon délai. Après il y a toujours les retards mais quelque soit le délai.

Q : Et dans ce qui s'est bien vendu toujours ?

R : Alors on a fait ce petit livre d'art chinois<sup>5</sup>, un petit livre objet qui est ravissant et fort intéressant aussi et ça y est tout est vendu. Et il était à 120 € je crois, en fait là c'est l'objet qui a beaucoup plu, il est assez bien conçu par nos amis chinois. Là ça se justifie complètement parce c'est vraiment du patrimoine chinois et c'est un exemplaire qui est numéroté donc tirage unique.

Q : Et tiré à combien d'exemplaires ?

R : On en a fait un peut plus de 2 000. Le courtage nous aide.

Q : Donc il y a encore des gens pour acheter des livres chers ?

R : Oui il faut savoir aller les trouver c'est cela qui... et je pense que c'est un public qui se cultive parce que là il y a un renouvellement de générations donc il faut garder le contact avec cette nouvelle génération, ce n'est pas simple.

Q : Citadelles & Mazenod c'est une maison qui se porte bien malgré les difficultés ?

R : La conjoncture est dure, cela dit les attentats ont beaucoup impacté la fréquentation des librairies, tout le monde l'a ressenti nous aussi comme les autres, simplement on a cet amortisseur avec ce réseau de courtage qui nous a aidé et on s'est maintenu. Mais je peux imaginer ce que cela peut être pour les éditeurs qui travaillent uniquement en librairie. Mais ça va remonter, il y a des cycles aussi, je pense que peut-être cela permet de faire un écrémage aussi de ce qui est en trop même pour nous.

Q : La tendance c'est de publier toujours plus de livres, vous pensez que cela va continuer ?

R : Ça continue à pas mal publier mais c'est vrai que c'est beaucoup dans l'événementiel. Et du coup l'année dernière, vu cette concentration qu'il y a dans la production, avec la baisse de la fréquentation c'est un coup dur. Alors pour revenir sur un titre qui n'a pas marché...

Q : Quels sont les sujets difficiles, l'art contemporain c'en est un ?

R : Malheureusement on ne peut pas en faire beaucoup à cause des problèmes de droits, mais nos expériences en art contemporain, après cela dépend de ce que l'on entend par art contemporain, on n'a jamais fait d'artiste récent, mais par exemple on avait fait un *De Staël*<sup>6</sup> qui était assez cher, à 235 €, il s'est vendu comme des petits pains et en librairies, on ne s'y attendait pas du tout.

Q : Vous pensez que Citadelles & Mazenod véhicule une image particulière ?

R : Non, là c'est le peintre qui a joué. Vous savez, je pense que les gens ne regardent plus les marques, quelques personnes qui ont l'habitude mais je ne pense pas que cela ait un impact.

Q : Vous pensez que cela ne veut plus rien dire ?

R : Ce n'est pas que ça ne veut plus rien dire, pour certaines personnes peut-être, de ma génération, ou des gens qui ont fait de l'Histoire de l'art, mais pour le reste du public non, je ne pense pas, je ne me rends pas compte...

Q : Ce n'est pas un facteur de ventes ?

R : Pour certaines personnes sans doute, qui sont déjà du milieu, déjà des acheteurs, pour les autres, il y a pleins de gens vous leurs dites « Citadelles & Mazenod » ils ne connaissent pas. C'est vrai que quand on a baigné dedans, que l'on a fait de l'Histoire de l'art c'est une évidence, l'effet de marques ce n'est pas encore comme pour les baskets.

Q : Donc est-ce que vous essayez de conquérir d'autres publics, vous faites des tentatives pour rendre plus accessibles vos livres ?

R : Oui, on a fait ces petits bouquins jeunesse de coloriage, en fait c'est tout public, mais on ne voulait pas que ce soit de l'art thérapie parce qu'on voulait qu'il y ait du contenu.

<sup>5</sup> *Suzhou, l'âge d'or d'une cité chinoise* | 125€

<sup>6</sup> *De Staël* | 235€

Q : Ah oui ce ne sont pas que des coloriages ?

R : Non ce n'était pas possible, sinon ça ne faisait pas Citadelles. Donc il y a vraiment des notices d'œuvres, c'est ceux que l'on a vendu à 19 €.

Q : Et qui ont bien fonctionné ?

R : Oui celui-ci il est sorti il y a deux ans, et celui-là à l'automne dernier.

Q : Mais ce n'est pas quelque chose que vous souhaitez continuer ?

R : On va continuer mais pas sur du coloriage. Mais c'est intéressant puisque comme il faut faire cette démarche par rapport au public, de le sensibiliser, sortir un peu de la tour d'ivoire Citadelles, il faut essayer, c'est toujours des risques. Pour ça [les coloriages], on a beaucoup réfléchi parce qu'on pouvait vraiment se casser la figure mais ma foi cela a plutôt bien marché.

Q : Parce qu'il y a quand même un gage de qualité, sans dévalorisation du contenu ?

R : Ah oui vraiment parce qu'on ne voulait pas faire ça, l'idée c'est toujours d'apporter du contenu.

Q : Du coup, pour avoir un retour sur l'accueil des livres par le public, est-ce que vous allez à la rencontre des libraires ?

R : Alors on a un retour par nos représentants d'Hachette, et puis on fait des réunions et des fois on va en Province on va voir des équipes de libraires, on fait des présentations, à l'automne notamment on fait pas mal de signatures.

Q : Vous êtes proches du réseau de librairies ?

R : On essaye, c'est vrai qu'on ne peut pas être partout, mais on a une collègue qui s'occupe plus particulièrement des libraires, comme on sait que la conjoncture n'est pas vraiment évidente pour eux, on leur donne du matériel, des brochures, on facilite tout ce que l'on peut faciliter.

Q : Et eux ils vous font des retours sur la production, est-ce que cela peut vous aiguiller pour certains titres ?

R : Oui, cela peut arriver, par le biais des représentants on nous dit « sur tel sujet », par exemple ça [les coloriages], avant de le faire on est allé voir plein de libraires, qui connaissaient la jeunesse et l'art, pour savoir comment le positionner. On est allé voir plusieurs libraires parce que c'est eux qui connaissaient ce domaine là, donc ça on a vraiment été attentifs à ce qu'on nous disait.

Q : Et est-ce que vous faites souvent appel à des institutions pour subventionner vos productions ? Je pensais à *Hopper*, je crois que le CNL a subventionné ce titre ?

R : Oui on présente régulièrement quelques dossiers d'aides à la publication et chaque année on a un ou deux dossiers qui passent cela dépend.

Q : Est-ce que parfois cette subvention peut être condition de la publication d'un livre ?

R : Non parce qu'il faut présenter un manuscrit complet donc il est hors de question de dire à un auteur « écrivez-moi le texte et on verra si on le publie ». Mais je sais qu'il y a des éditeurs qui le font, j'ai appris ça, j'ai trouvé ça terrible. Alors quand ce n'est pas une commande je veux bien, mais sinon c'est délicat quand même. Alors quand on l'a [la subvention], tant mieux...

Q : Et pour conclure, pensez-vous que les tendances dont on a parlé peuvent remettre en cause l'indépendance des éditeurs privés ?

R : L'indépendance elle est à mon avis préservée, mais c'est plus une liberté de création qui a mon avis souffre, sans doute des projets qui ne voient pas le jour et qui seraient très bien quoi. Après les choses évoluent, ce n'est jamais figé, je pense que ce sont des régulations qui vont se faire, mais je pense que c'est toujours délicat d'avoir une mono activité, parce que le jour où les catalogues se vendent moins bien j'imagine que cela doit être dur. Il y a toujours beaucoup de choses qui se font mais les gens se tournent peut-être plus vers tout ce qui est art de vivre, grand public.

Q : Parce qu'aujourd'hui tous les éditeurs font du beau-livre, même dans le secteur du livre de cuisine.

R : Mais un beau-livre ce n'est pas du livre d'art.

Q : Un livre d'art ce serait quoi pour vous du coup ? Si vous deviez le définir ?

R : Pour nous c'est un beau livre, c'est clair, ça en fait partie, sur l'Histoire de l'art...

Q : Pour vous l'appellation a davantage de lien avec le contenu qu'avec la forme ?

R : Ah oui, parce que vous avez des livres de cuisine qui sont des beaux livres qui sont très bien faits d'ailleurs mais qui ne sont pas des livres d'art. Après cela peut devenir des livres d'artistes si vous avez des originaux, mais c'est encore une autre catégorie.

Q : Et les beaux-livres qui ont pour thème l'art mais où il y a moins de fond ? Est-ce que c'est du livre d'art pour vous ?

R : Oui c'en est, après ce n'est pas le même niveau de lecture ni la même audience donc pourquoi pas, ce peut être tout à fait honorable aussi.

*Reprise d'enregistrement : à propos de l'édition d'art comparaison France et étranger*

R : Il y a le prix unique du livre qui est préservé, vous avez le patrimoine français qui joue aussi, les gens sont sensibilisés à l'aspect patrimonial. Et par exemple en Allemagne vous avez des éditeurs qui continuent de faire de la photo et un tout petit peu de livres d'art, sur des artistes allemands, c'est marrant il y a un repli en quelque années c'est dingue. Et en revanche, il y avait de grands éditeurs d'art allemands et tout à coup il y a trois-quatre ans, plus rien et du jour au lendemain, une année ils présentaient encore des projets et l'année suivante plus rien, « c'est terminé, on ne fait plus ». Je ne sais pas, c'est comme si Gallimard vous disait : on n'a plus de département de livres d'arts.

Q : Alors à côté de cela il y a le mystère Taschen.

R : Oui, qui a bien sorti son épingle du jeu, parce qu'il a senti le vent tourner avant tout le monde, c'est un grand éditeur.

Q : Et au niveau des prix, c'est le grand écart, comme cela peut l'être un peu chez Citadelles aussi mais là davantage encore avec des livres à 9 € et d'autres qui dépassent le millier d'euros.

R : Oui, les formats XL c'est lui qui a commencé à les faire. Le premier je crois que c'était Léonard de Vinci et ça a marché et ils ont un système de commercialisation bien à part, c'est une sacrée maison. Alors après au niveau des contenus je ne sais pas comment se passe la sélection des auteurs. C'est inégal, il y a des trucs qui sont bons, des trucs qui ne sont pas bons. En qualité [de production] c'est plutôt généralement bon voire très bon.

Q : Mais ils sont uniques, c'est peut-être cela qui fait leur succès.

R : Oui, ce n'est pas tellement déclinable parce qu'il faut avoir les reins très solides financièrement.

Q : Et puis ils sortent de nouveaux livres mais en fait c'est simplement une réimpression avec un nouveau format, une nouvelle couverture.

R : Oui c'est la réinvention continue, mais c'est malin. Mais ils sont vraiment à part, sur l'Allemagne vous avez Taschen après il reste très peu d'éditeurs d'art, quelques indépendants qui vivent de la photo, de la mode. Le dernier Frankfort c'est très simple : en livre d'art je n'ai rien vu qui puisse nous intéresser, vraiment très peu de choses, mais c'était photo, mode, cuisine, ça c'était déjà amorcé mais là je crois qu'on a touché le plancher, ça ne peut que rebondir.

Q : Et du coup vous traduisez des auteurs allemands, est-ce qu'il y a des auteurs allemands qui vous fournissent des textes ?

R : Oui, et des anglais, on commande des ouvrages à des auteurs étrangers, et on peut acheter des droits. Après aux États-Unis, le livre d'art c'est le livre universitaire, parce qu'il y a le public, il y a diffusion et sinon dans le beau-livre il y a relativement peu d'art, on va être dans la photo, la mode, les voitures, les choses grand public. Il y a vraiment une séparation assez nette qui s'est faite au fil des années entre les universitaires qui font des livres avec peu d'images et puis les albums d'images et puis 30 \$ c'est énorme pour eux. Et puis au niveau des conditions commerciales aux États-Unis, il n'y a pas de librairies. C'est pour cela que je vous dis qu'en France on est privilégiés par nos lois, par notre histoire, la création elle est malgré tout préservée, et avec ce qui s'est passé les libraires essaient de tenir malgré tout parce qu'ils se seraient effondrés s'il n'y avait pas cette législation et puis les éditeurs n'ont pas arrêté de produire et de créer, il y a peut-être une petite baisse mais il faut regarder à l'étranger, je pense que pour la France il faut relativiser.

## Annexe N° VI

Entretien avec M<sup>me</sup> Marion Doublet,  
Éditrice au pôle art des éditions Flammarion,

Le 14 mars 2017

Q : Questions posées

R : Réponses de l'interrogé(e)

Q : En guise d'introduction pouvez-vous me présenter votre poste au sein des éditions Flammarion ?

R : Donc je suis éditrice c'est à dire que je travaille avec une directrice éditoriale qui chapote tout le pôle art, c'est à dire qu'on est 3 et je suis en charge de la coordination des livres, c'est à dire que je m'occupe du suivi du titre à partir du moment où il est mis au programme par la directrice éditoriale, de la réception des manuscrits jusqu'au BAT et à l'envoi des fichiers à l'imprimeur. On est deux éditrices, on a une attachée de presse, une assistante administrative et une stagiaire.

Q : Et donc dans la répartition des ouvrages vous êtes deux, il y a une personne en charge des créations, une autre des catalogues ?

R : Non c'est selon le programme, on partage car c'est plus agréable de travailler sur des sujets différents. Les catalogues demandent souvent plus de travail et de temps.

Q : Selon vous quelles sont les tendances actuelles du livre d'art ?

R : Bon le catalogue d'exposition évidemment maintenant c'est incontournable, bien qu'à mon avis il faille revoir son format.

Q : C'est-à-dire, il est trop volumineux ?

R : Souvent oui, ils cherchent à être trop exhaustifs, enfin ça dépend des maisons mais très souvent c'est des sommes qui sont même physiquement lourdes. Et on voit de plus en plus des formats plus petits qu'on ne voyait pas avant, en brochés.

Q : Et qu'est-ce que vous pensez des livres publiées en lien avec les expositions ?

R : Ça s'explique surtout par le fait que c'est très difficile de vendre un livre en librairie sans du tout d'événement sur lequel s'appuyer et donc ça part à mon avis de là, que des éditeurs s'adosent à l'actualité d'une expo pour publier des choses complémentaires aux catalogues, sur des artistes en liens avec la thématique.

Q : Vous ça vous arrive de le faire aussi ?

R : Oui, de temps en temps, par exemple pour l'expo *Matisse* on a réédité ses écrits qui étaient dans notre fonds et qui étaient presque épuisés. En fait on ne fait pas de création si on n'est pas en charge du catalogue d'exposition, on réfléchit plutôt à ce qu'on a dans le fonds et qu'on pourrait remettre en avant ou réimprimer à l'identique si c'est un titre peu ancien. Et il y a quand même quelques créations, il y a quelques années on avait fait la biographie de Frida Kahlo, à l'occasion de l'expo.

Q : C'était un livre illustré ?

R : Non juste un texte.

Q : Donc cela vous arrive de publier des livres de textes uniquement ?

R : Oui on a plusieurs collections décrits et le petit format *Champs* aussi qui permet de rééditer en poche les grands textes de l'Histoire de l'art.

Q : Et du coup en pourcentage dans vos publications actuelles, le catalogue d'exposition représente quelle part ?

R : Presque la moitié, sur 25 publications par an il doit y avoir 10 catalogues, 10 créations et 5 titres extraits du fonds.

Q : Et en termes d'offre, qu'est-ce que vous pensez de la diversité de l'offre actuelle en termes de livres d'art ?

R : Plutôt bonne, c'est vrai qu'il y a énormément de choses très variées avec une différence entre les librairies qui proposent des petites publications d'éditeurs indépendants et puis les ouvrages proposés par les maisons un peu plus grandes, du coup ça forme quand même une offre assez riche. Après je pense qu'en France on a vraiment la chance de pouvoir publier encore des livres d'arts. En fait hors événements c'est difficile. L'économie d'un livre d'art et sa diffusion est difficile.

Q : On dit que le secteur est un peu fragile, vous en pratique par quoi cela se traduit dans votre quotidien ?

R : Ça se traduit par des difficultés parfois pour lancer un bouquin parce que ça coûte trop cher, au niveau financier. C'est-à-dire que souvent s'il n'y a pas une forme de partenariat, soit un musée public dans le cadre d'un catalogue d'expo ou par exemple on a une collection avec le CNAP (Centre National des Arts Plastiques) avec lequel on publie un livre par an, qui s'appelle *La nouvelle création contemporaine*, si ce n'est pas dans ce cadre là et si ce n'est pas dans le cadre d'un partenariat privé avec une galerie pour la

monographie d'un artiste ou quelque chose comme ça, il faut cibler des prix plutôt bas et un public plutôt large et ça c'est difficile à mettre en place. Ça nous arrive de faire des achats, par exemple la collection des *Tout sur...* et l'année dernière on a fait un inédit sur un mouvement *Tout sur l'impressionnisme*, les autres ce sont des thèmes. C'est difficile à faire vivre autrement que ça en fait.

Q : Et en termes de tirages, est-ce qu'il baisse, stagne ?

R : On a tendance à le faire baisser un peu. Après de toutes façons ce ne sont jamais de gros tirages, on est à peu près à une moyenne de 3 000 exemplaires. L'idée c'est d'estimer les ventes que l'on va faire au plus près pour ne pas avoir trop de stock ni trop de retours.

Q : Et donc l'avantage des partenariats c'est que l'on vous achète une quantité de livres à l'avance ?

R : Oui c'est ça, ça dépend des partenariats.

Q : Et actuellement le poste de dépenses qui est le plus problématique pour vous c'est lequel ?

R : C'est l'icône le plus important. Après je dirais que ce n'est pas tellement l'affaire des maisons d'édition mais plutôt des agences et pour moi, c'est mon avis complètement personnel, c'est une vraie question la reproduction d'œuvres d'art, la photographie d'œuvres d'art, tout simplement parce qu'on considère d'un point de vue législatif qu'une photographie d'un tableau c'est une œuvre d'art à part entière alors que c'est un savoir-faire et pas une œuvre. Et c'est ça qui bloque le budget. Ça c'est le principal problème de l'icône en France et le principal problème des livres d'art c'est de rémunérer le photographe puis de payer les droits d'auteurs de l'œuvre.

Q : Et du coup quand c'est un artiste plus contemporain ?

R : C'est plus simple parce que s'il est contemporain et vivant en général il fournit les images, lui ou sa galerie.

Q : Donc cela vous permet de publier plus d'artistes contemporains ?

R : Alors l'autre difficulté pour les artistes très contemporains c'est que même si le poste icône n'est pas très important, ce peut être des artistes plus confidentiels avec un moins grand potentiel de ventes.

Q : Si on parle maintenant un peu des ventes, qu'est-ce qui se vend bien, qu'est-ce qui se vend peu ?

R : Les livres qui ont le plus de succès ce sont les livres thématiques comme *Tout sur l'art*, *Tout sur le design*, les guides thématiques aussi.

Q : Vous pensez que les gens recherchent des titres exhaustifs ?

R : Exhaustifs oui, ou en tout cas qui explicitent. Et des choses en fait un peu grand public, nous on appelle cela grand public mais c'est didactique, ça renferme tout sur un sujet en quelques pages. Et qui donne des repères, notamment pour l'art contemporain, les gens qui s'y intéressent peuvent être parfois un peu déçus, ont besoin d'un accompagnement, d'avoir quelques repères pour analyser, ce sont des livres pédagogiques. On a aussi des manuels, pour les étudiants. Et après de temps en temps un catalogue d'exposition, par exemple *Splendeurs et misère* du musée d'Orsay qui a très bien marché, pour ce genre d'événements là le catalogue peut être vendu à un tirage important. Après chez Flammarion on a la chance d'avoir un fonds en art vraiment très riche et essentiel parce que les grands textes des historiens de l'art sont chez Flammarion. Du coup ce n'est pas spectaculaire, c'est des petites quantités accumulées sur des années et des années qui font vivre la maison, ce sont des références.

Q : Et dans ce qui est plus difficile à vendre ?

R : Des monographies d'artistes contemporains, certains catalogues d'exposition. Par exemple le catalogue d'une des dernières expositions du Quai Branly qui s'appelait *Eclectique* c'était un sujet assez confidentiel qui n'a pas été diffusé largement, *Du Jourdain au Congo* pareil toujours au Quai Branly.

Q : Vous faites beaucoup de coéditions avec le musée du Quai Branly ?

R : Oui parce que le musée du Quai Branly avait un fonctionnement qu'ils ont réformé cette année, jusqu'à présent ils émettaient des appels d'offre par lots de trois avec des publications qui s'équilibraient au niveau rentabilité. Et cette année ils ont changé de fonctionnement et on interrogé plusieurs éditeurs pour un titre en particulier, en segmentant leurs appels d'offre.

Q : Et qu'est-ce qui est le plus pratique pour vous ?

R : En fait c'est plutôt ce format là parce que dans un lot... Et puis c'était sur des années à l'avance, forcément l'exposition en elle-même change donc tout le budget prévisionnel est à revoir.

Q : C'était plus instable comme fonctionnement ?

R : Oui tout à fait.

Q : Comment vous choisissez à quel public destiner vos ouvrages, vous faites plusieurs catégories de publics ?

R : Oui forcément il y a plusieurs catégories de public avec à la fois le public averti, qui attend des grands textes de l'Histoire de l'art, des catalogues très scientifiques mais aussi un public avide de découvrir l'art et qui veut avoir juste les bases qu'il faut pour comprendre toutes les références qu'on a dans notre quotidien.

Q : Donc vous les prenez en compte tous les deux ? Et de quelle manière ?

R : Sur les contenus, sur l'objet, le prix de vente, le choix de publication, les auteurs auxquels on fait appel.

Q : Donc pour le grand public vous adaptez les textes pour qu'ils soient plus accessibles ?

R : Oui, en tous cas qu'ils soient plus synthétiques, pas jargonneux, mais ce sont des très bons textes, c'est même plus difficile de faire un bon livre grand public qu'un livre d'érudit parce que les érudits peuvent s'autoriser un peu de jargon alors qu'un livre grand public il ne faut pas non plus que ce soit pauvre mais il faut que ce soit accessible, compréhensible sans que ce soit des références trop vastes et ça c'est vraiment difficile à faire.

Q : Mais vous le faites. Et ça marche visiblement ?

R : Oui oui.

Q : Et comment vous élaborez votre programme de publications ?

R : Alors ça c'est la directrice éditoriale qui est chargée d'apporter des projets et qui soumet le projet et un budget associé avec une estimation des ventes possibles à un comité éditorial présidé par le PDG de Flammarion – Gilles Haéri – qui décide de lancer ou pas le projet.

Q : Et il est composé comment ce comité ?

R : Du directeur éditorial, de la directrice du département, de la directrice du marketing, de la directrice des ventes directes et d'un représentant de la diffusion. Ils se réunissent pour discuter, aussi parfois pour proposer des retours : il faudrait faire en sorte que ce soit moins cher ou au contraire que ce soit un livre plus ambitieux – ça n'arrive pas très souvent mais on peut imaginer la situation [rires]. C'est un dialogue entre notre directrice éditoriale et les différents services qui apportent chacun leurs regards sur le livre.

Q : Et selon vous, même si vous n'y participez pas, qu'est-ce qui influence leurs choix ?

R : Le potentiel de vente, la concurrence, le fait que ce soit un sujet inédit ou pas, ou un angle inédit ou pas, qu'il y ait une actualité, qu'il y ait une originalité, il faut qu'il y ait quelque chose d'original, quelque chose que l'on ne trouve pas dans d'autres publications ou si on le trouve ailleurs qu'on le fasse mieux et différemment.

Q : Vous travaillez avec la directrice éditoriale pour élaborer ces sujets ?

R : Oui ça arrive, souvent elle nous demande notre avis de manière consultative, même si on n'a pas de pouvoir de décision mais oui c'est très fluide, c'est beaucoup de discussions. Très souvent elle a des projets clé en main qui lui sont proposés d'un auteur qui a fait une recherche. En ce moment typiquement on publie une *Histoire de l'agence Magnum* qui part de la thèse d'une jeune historienne de l'art qui l'a soutenue l'année dernière et qui en fait une version nettoyée, qui va à l'essentiel, plus illustrée, etc. même si c'est un livre de texte avec des cahiers hors texte. Et là par exemple ce projet on ne l'a pas commandé c'est quelqu'un qui est venu nous voir, la directrice a trouvé cela très intéressant.

Q : Cela vous arrive souvent de réaliser des projets avec des auteurs qui viennent à vous ?

R : Je ne sais pas si ça arrive très souvent, en fait on passe peu de commandes par rapport aux musées où c'est clair que c'est plutôt de la commande mais pour des livres de fonds qui sont souvent pour l'auteur le travail d'une recherche de plusieurs années, qu'il adapte selon un angle ou un autre oui ça arrive régulièrement. Après ça arrive très rarement dans le courrier, c'est plutôt des contacts, des auteurs avec qui on a déjà travaillé qui ont un nouveau projet avec qui on discute.

Q : Le courrier est-ce que c'est un mythe ?

R : En livre illustré, en livre d'art oui, on reçoit quelques manuscrits mais je ne crois pas que ça ait déjà débouché sur une publication.

Q : Et si on se focalise un peu sur la coédition comment cela fonctionne en pratique ?

R : Il n'y a vraiment que des cas particuliers je dirais. Ça dépend des partenaires. Même dans la répartition des tâches il y a des musées qui ont un service éditorial inclus d'autres pas. Donc parfois quand il y a un service éditorial inclus, comme au musée d'Orsay, eux ils prennent en charge énormément de choses, la recherche icono, la relecture, les textes, nous on amène en général le graphiste ou on en discute, après il y a d'autres musées qui sont plus petits et qui n'ont pas forcément de service éditorial et à ce moment là c'est plus nous qui fournissons le travail. Il y a vraiment beaucoup de cas de figure, parfois c'est partagé, l'un amène les textes, l'autre les images. Les coéditions c'est à chaque fois différent. Et on fait un contrat par coédition, parfois on fait des contrats cadre et parfois il y a une édition anglaise ou pas.

Q : Et du coup quels sont les avantages à travailler en coédition, quels sont les difficultés également ?

R : L'avantage c'est que ça assure en quelque sorte des ventes de livres, ça divise le risque par deux. Après c'est comme sur n'importe quel livre il y a des inconvénients, je n'en vois pas qui soient particulièrement liés à la coédition. Ça dépend, car ce sont

des partenariats public-privé, et quand on est dans un cas où on partage entièrement les bénéfices et coûts, un musée public n'a pas les mêmes exigences de rentabilité que nous, à ce moment là on peut juger qu'un livre n'est pas rentable et cela peut avoir des incidences alors que pour le musée ça en a moins parce que ça correspond à des lignes, c'est pensé différemment parce que ça fait partie de leurs missions en fait. Pour nous parfois la question qui se pose c'est simplement d'être présent, des questions d'image, des choses comme ça, plus que de rentabilité stricte.

Q : Et vous diriez que vous faites plus de catalogues ou moins qu'avant ?

R : En fait par rapport à avant on en fait clairement moins parce qu'avant l'équipe était plus grosse jusqu'à il y a deux trois ans. On a divisé le nombre de titres pas par deux mais presque. Avant c'était vraiment divisé en deux parties avec la partie catalogues d'exposition et la partie vente en librairies. Là du coup on fait de tout, des catalogues, des livres de textes, thématiques etc. mais du coup on en fait un peu moins de chaque. Là on est à 25 titres par an en nouveauté alors qu'il y a quatre-cinq ans on pouvait être à 40-45.

Q : Et pour avoir des retours sur vos publications, est-ce que ça vous arrive d'aller à la rencontre des libraires ? Comment vous faites pour avoir un retour sur vos publications ?

R : Via les représentants beaucoup, mais déjà ils jouent par exemple sur le choix de la couverture, on les consulte en amont. La diffusion c'est une bonne manière mais aussi les libraires et les commentaires sur Amazon parce que les gens achètent aussi beaucoup sur Internet. Après en librairie c'est toujours sympa de communiquer avec les libraires parce que c'est eux qui sont en face le public.

Q : Ça vous arrive de vous inspirer de leurs retours pour d'autres titres ?

R : Oui tout à fait, bien sûr. Même les représentants on les écoute beaucoup.

Q : Pour publier vos livres est-ce que vous avez recours à des subventions je pense à celles du CNL par exemple ?

R : Ça arrive mais le problème du CNL c'est qu'on ne peut faire qu'une demande par maison et chez nous souvent les demandes sont émises par le département du Savoie ce qui nous empêche de faire la demande. Moi ça fait 6 ans que je travaille ici, ça a du arriver 2 ou 3 fois pas plus. Et j'ai fait une demande au CNL on ne l'a pas eue parce que quelqu'un d'autre de la maison sans qu'on le sache avait déjà sollicité une aide. Parfois il y a un mécène, un préachat, il y a la collection que l'on fait avec le CNAP c'est une forme de subvention. Notre canal a nous c'est plutôt les musées et les galeries.

Q : On parlait beaucoup de livres d'actualité mais concernant les livres de création comment vous faites pour maintenir ces titres ?

R : C'est un équilibre en fait, parce qu'on ne fait pas vraiment de mécénat, pas comme Somogy par exemple qui a une forme d'assurance, des mécènes pour les livres, nous ici ça ne fonctionne pas du tout comme cela, c'est prendre le risque de publier un ouvrage alors évidemment c'est contrebalancé par des ouvrages qui fonctionneront mieux, mais ça reste encore le cœur de métier de l'éditeur de prendre des risques pour quelques bouquins de création qui ne sont pas en lien avec une expo.

Q : Vous visez toujours à maintenir des livres de fonds ?

R : Oui bien sûr, même si c'est compliqué, même si ça ne peut pas être l'intégralité de la production.

Q : Aujourd'hui beaucoup de livres sont publiés sous l'appellation beaux-livres comment vous faites la distinction entre un livre d'art et un beau-livre ?

R : Alors chez Flammarion ça correspond à deux départements mais je pense que ce sont des appellations un peu arbitraires ça dépend un peu de qui emploie ces mots dans quel contexte. Et on le voit dans les magazines pour la Fnac ça ne correspond pas à la même chose que pour GFK. Même nous dans les classements pour nous retrouver c'est compliqué. La directrice marketing pour retrouver où sont nos livres elle est obligée de piocher dans plusieurs segments. Un beau-livre c'est un livre illustré, c'est simplement le thème ou le contenu qui fait la différence. Chez nous il y a un département qu'on appelle Beaux-livres qui publie des livres sur la musique, le cinéma. Mais même chez nous c'est vrai que la question revient sur le tapis de pourquoi on est séparés alors que ça peut se regrouper. Dans la collection des *Tout sur...* c'est la responsable du département Beaux-livres qui a publié le *Tout sur le cinéma* mais bon il n'y a pas forcément une logique réfléchi derrière, ce sont plutôt les circonstances, les limites sont quand même assez floues quoi.

## Annexe N° VII

Entretien avec M<sup>me</sup> Lou Mollgaard,

Directrice de la communication France, éditions Taschen,

Le 16 mars 2017

Q : Questions posées

R : Réponses de l'interrogé(e)

Q : En guise d'introduction, pouvez-vous me présenter votre poste au sein des éditions Taschen ?

R : Bien sûr, je m'appelle Lou Mollgaard, je suis directrice de la communication pour tous les pays francophones. Je suis ici depuis 12 ans et mon travail consiste à faire rayonner l'édition dans la presse, dans les médias et aussi de faire les événements, s'occuper de toutes les relations avec ceux qui s'intéressent à nous. Je suis seule à ce poste.

Q : Et ici, comment se compose votre équipe ?

R : C'est une équipe de communication principalement et puis une direction économique aussi.

Q : Selon vous, quelles sont les tendances actuelles du livre d'art ?

R : Chez nous, on a été très très célèbre depuis toujours, depuis la création de Taschen il y a 35 ans, pour des livres qui étaient extrêmement démocratiques c'est-à-dire des livres très beaux, vraiment c'est Benedickt Taschen qui a inventé cela, des livres très beaux, pas chers. Parce qu'à l'époque où il a commencé à travailler, sur ce genre d'édition, ça n'existait vraiment pas. Au niveau des livres d'art, c'était horrible, mal imprimé, donc lui il a commencé à faire des livres comme vous voyez ici, qui sont comme des bonbons, ils sont tellement beaux que vous avez envie de les poser partout. Donc très très longtemps ça a été pour cela qu'on était les plus connus et avec le livre que vous voyez derrière vous qui est le très gros livre d'Helmut Newton, on a commencé à prendre un autre – ce n'est pas un virage – mais à éditer des livres très très gros comme on n'en avait jamais vu, des SUMO, on appelle ça chez nous. Donc on s'est tourné beaucoup plus vers le monde des collectionneurs pour produire des livres qui étaient encore plus des objets d'art qu'avant. Aujourd'hui c'est ce que nous faisons de plus en plus, on a toujours un grand soin de garder ces collections que tout le monde peut aimer et posséder chez soi, pour 10 € c'est la nouvelle édition de la *Petite collection d'art et d'architecture*, 10 € pour un format important, une couverture rigide, aussi toute la collection *Bibliothèque universalis* qui est vraiment très jolie, depuis l'année dernière, à 15 €. Toujours des livres au milieu, ce peut-être des XL mais je constate que nous avons toujours plus de livres de grands formats entre 100 et 150 €, parfois jusqu'à 7 kilos et encore de plus en plus de livres en l'édition très limitée, avec des tarifs qui peuvent aller jusqu'à 12 000 € une fois que le livre commence à prendre de la valeur, comme des bijoux en fait, ou des sculptures. Je me rends compte qu'on a beaucoup de collectionneurs qui évidemment ne peuvent pas aimer tous les sujets mais on a vraiment une attente sur les prochaines sorties sur la photo, la peinture... Celui que j'ai devant moi, il y a une exposition au Centre Pompidou au mois de juin<sup>7</sup>, et on a publié l'énorme Hockney qui pèse 35 kilos avec un support créé par Marc Newson, c'est merveilleux d'avoir cela chez soi et pour le coup je pense que l'exposition qui a lieu à la National Gallery de Londres est un immense succès, et là vous voyez ce que ça donne : l'exposition chez soi. On avait tellement de ces livres maintenant, qu'on a édité un livre sur nos éditions très limitées. Donc on peut le montrer aux collectionneurs, leur offrir bien sûr, et c'est vrai qu'on a constaté dès le début qu'un livre, comme le Helmut Newton que vous voyez là à 1 000 €, aujourd'hui il en vaut plus de 10 000, et il est totalement épuisé.

Q : C'est comme un objet d'art ?

R : Oui, complètement. Et c'est pour cela qu'on prend un soin tout particulier du coffret, il y a plusieurs versions, avec un nombre de photos signées, il y a très très souvent, pour les SUMO en tout cas, une collaboration entre un artiste et l'artiste du livre, jusqu'au support cela devient une collaboration avec d'autres comme Tadao Andō, l'architecte japonais qui a fait le support de Sebastião Salgado<sup>8</sup> par exemple.

Q : Donc des collaborations originales entre artistes contemporains pour créer de livres uniques. J'imagine que vous avez un regard sur le marché du livre français, quelles sont les tendances de ce marché selon vous ?

R : Je pense que c'est mes commerciaux qui seraient beaucoup plus aptes à répondre, mais je trouve que dès le début du lancement de notre maison, on a été extrêmement copiés, ce n'est pas toujours une mauvaise chose, mais l'idée de faire ce genre de livre a fait son chemin, et je pense qu'en France il y a certainement des maisons qui font de très belles choses aussi et on voit la tendance de faire de très gros livres, des livres-objets chez les autres aussi, maintenant la distribution de Taschen est très particulière, parce qu'elle est mondiale et je pense que cela fait une énorme différence.

Q : En fait quand vous publiez un livre, il est tout de suite en plusieurs langues ce qui vous permet de réduire les coûts j'imagine ?

<sup>7</sup> Exposition David Hockney, Centre Pompidou, juin-octobre 2017<sup>8</sup> Sebastião Salgado, *Genesis* | Livret et lutrin en bois | édition limitée, 8 500 €

R : Absolument, on va jusqu'à 21 langues dans le monde et la plupart du temps cela peut être trilingue, anglais-français-allemand ou italien-portugais-espagnol, et c'est vrai que si un livre par exemple, se vend un petit peu moins bien en Allemagne, il peut faire son chemin, aller ailleurs, donc il n'y a pas de pertes. À côté de cela on fait également des ouvrages qui sont uniquement en français.

Q : Et est-ce que vous publiez des catalogues d'exposition ?

R : On a jamais eu un vrai catalogue, je pense qu'on va avoir une collaboration cet été, on vient de l'apprendre, parce que Anne Leibovitz qui est photographe de mode, on a publié un gros livre, elle est très célèbre et il paraît qu'elle va être la reine à Arles. Maja Hoffmann, elle a acheté tout son fonds de photos et en plus il va y avoir des événements autour de cette photographe et on vient d'apprendre qu'on va coproduire le catalogue. Après la particularité c'est que les livres que nous produisons sont souvent des idées de M. Taschen lui-même, il n'y a jamais rien qui n'est pas approuvé jusqu'au bout par M. Taschen. Mais aussi de plus en plus de gens nous apportent des sujets, toujours évidemment de photographes mais de plus en plus de personnalités qui ont de grands fonds à offrir, en nous disant : on veut un livre Taschen, on vous ouvre nos archives, ce peut être Capital Records pour leur 75<sup>e</sup> anniversaire, ou les archives de Stanley Kubrick, on a beaucoup de gens qui arrivent en nous disant : si quelqu'un doit faire notre livre ce sera vous. Je pense que la maison est très particulière dans ce sens.

Q : Du coup, vous arrive-t-il de publier des livres en lien avec l'actualité ?

R : Je dirais que notre fonds est tellement riche que logiquement, il y a déjà. Je pense pour cette saison, le Vermeer, on avait précédé cela parce qu'il y a deux ans on avait sorti le XL, et pour l'exposition on a publié le contenu dans un ouvrage beaucoup moins cher. Le contenu reste le même.

Q : Et justement, en fonction du format, le contenu est toujours le même ?

R : Ça dépend, pour la collection de la *Bibliothèque universalis*, c'est très particulier parce que ce sont des livres avec beaucoup de textes et parfois c'est 6 ou 800 pages, mais rien n'est reproduit tel quel pour ces ouvrages-là, ils sont refondus. Par rapport à un livre XL, jamais vous ne pouvez utiliser tel quel le matériel, il y a des images qui disparaîtraient, cela n'a aucun sens. Donc ils ont gardé ce qu'il y avait de plus beau, ce qu'ils pouvaient utiliser le mieux, dans ce format-là, mais tout le texte c'est impossible.

Q : Donc en général, vous avez un auteur pour un livre et vous déclinez ses textes en différents formats ? Là aussi c'est plus économique pour vous ?

R : Oui bien sûr, et cela permet au livre de continuer à vivre et comme c'est le cas très souvent pour celui du cinéma de Stanley Kubrick ou Almodóvar, ils commencent en grand format pour après devenir plus accessibles peut-être à 1/3 du prix. Évidemment pour nous cela coûte beaucoup moins cher une fois qu'on a le matériel, on peut le décliner à l'infini, trouver de nouvelles couvertures.

Q : Et du coup est-ce que vous adaptez le contenu au public, parce que le public des grands formats ne va pas être le même que celui des plus petits formats ?

R : Non, je pense qu'aujourd'hui nous avons vraiment des historiens de l'art, pour chaque sujet, des personnes extraordinaires pour en parler. Et je pense que si les gens sont plus portés sur l'image que sur le texte qu'ils les liront moins, et qu'il y a peut-être des gens qui aiment feuilleter c'est vrai que nos livres se prêtent aussi à cela, feuilleter, regarder, exposer.

Q : Vous comment vous feriez la distinction entre ce que l'on appelle un beau-livre et un livre d'art ?

R : Tous nos livres sont beaux, tous nos livres sont des beaux-livres et peut-être qu'on peut dire qu'une fois qu'il est signé, accompagné d'un tirage, présenté avec le travail d'un autre artiste sur un support particulier, là on est vraiment dans le livre d'art, mais c'est vrai que la frontière... En fait je me rends compte que quand j'écris sur les livres que nous publions j'utilise indifféremment les deux termes, ce sont des très beaux-livres d'art [rires].

Q : Sur le marché du livre d'art votre proposition est assez singulière, unique, comment vous expliquez cela ?

R : À l'originalité absolue du programme, parce qu'on trouve chez nous des livres qu'on ne trouverait jamais ailleurs, parfois les gens nous disent « mais comment cela vous est venu à l'esprit, comment même l'audace de le publier » parce que ça peut être par exemple un livre que l'on va sortir sur les microbes, des gravures d'il y a deux cents ans, on se dit que c'est un risque, ça coûte très cher, il y a des éditeurs qui ne toucheraient pas à ce genre de choses, mais si vous regardez le programme il y a pleins de choses comme cela, qu'on aurait jamais l'occasion de voir sans Taschen .

Q : Et comment vous vous permettez ces risques, qu'est-ce qui vous permet de les prendre ?

R : Ici c'est une affaire de famille, c'est un homme qui possède cette maison et il fait ce qu'il a envie de faire. C'est une maison de passion et ça se ressent, il y a toujours un public qu'on n'aurait jamais soupçonné et c'est très amusant pour moi de travailler en tant que relation presse parce que chaque fois qu'il y a un nouveau livre il y a de nouveaux interlocuteurs qu'on n'a pas l'habitude d'aller chercher, qui aiment ce sujet, il y a forcément un public quelque part et c'est tout le plaisir ici et cette diversité absolue parce que cela va du pur Histoire de l'art avec Vermeer comme des livres très sexy, très osés, de l'architecture, du design.

Q : Et même les artistes contemporains en fait, qui sont plutôt difficiles à vendre en librairie mais vous parvenez à les publier ?

R : Oui on y arrive et je pense du fait que M. Taschen soit aussi collectionneur d'art, il est un des plus grands collectionneurs au monde maintenant, il a souvent eu des coups de cœur dans sa vie, il a acheté des choses et après il édite le livre de son artiste, ce n'est

pas du tout cette spéculation avec un cœur sec, cela vient de coups de cœur, il ne publierait jamais le livre d'un artiste qu'il n'a pas aimé.

Q : Donc tous ces livres c'est un peu le reflet de la collection privée de M. Taschen.

R : Quelque part c'est vraiment tout ce qu'il aime. Tous les gens qui travaillent chez Taschen, on a cette même approche. On vient tous d'horizons très diversifiés, on aime tous voyager, on est tous passionnés par plein de choses et je pense qu'il n'y a pas d'autres endroits où tous ces sujets se rejoignent et vivent ensemble comme on peut le voir dans la librairie. Et n'importe qui peut rentrer parce que la porte reste toujours ouverte et l'idée c'est vraiment : venez chez nous, regardez, vous êtes chez vous. C'est une ouverture totale à notre public.

Q : Et qu'est-ce qui se vend bien et qu'est-ce qui se vend peu ? Qu'est-ce qui est plus difficile à vendre ?

R : Il peut y avoir des flops, ça peut exister, ah je pense même que dans un de nos catalogues, M. Taschen avait fait dessiner une page où étaient marqués « les flops ». Je crois curieusement qu'il y avait un livre sur Diego Rivera, par exemple, c'était un XL et à l'époque il y avait eu des fresques dans son genre qui avaient été reproduites à Lyon donc il y avait eu beaucoup d'intérêt autour de l'artiste et de ses fresques, mais cela n'a pas du tout touché les gens. Et il y en a d'autres, on assume.

Q : Et cela vous arrive d'avoir des surprises ? Un titre dans lequel vous ne croyez pas trop et qui décolle ?

R : Oui, il peut y avoir des choses extraordinaires, des circonstances aussi très tristes qui font que d'un seul coup, les projecteurs sont braqués sur un livre, on a eu le livre de Ren Hang, qui est un photographe chinois très jeune, de 27 ans, un livre interdit en Chine, il ne pouvait même pas importer ses ouvrages et on savait qu'il était très déprimé et ses livres c'étaient un peu underground quand même c'était des livres très sexy, mais en même temps très stylisés, et le jour où il est décédé, ça a embrasé complètement l'Internet et on a tout vendu. Avant ça aurait pris plus de temps, plus d'années.

Q : Quand il y a une actualité...

R : Oui comme le décès de David Bowie c'est pareil, mais en général on a de très très bonnes surprises, on se dit qu'un livre va être un peu difficile et puis finalement...

Q : On dit que le secteur du livre d'art est un secteur assez fragile, comment le ressentez-vous dans votre quotidien ?

R : Je sais qu'on s'en sort le mieux, toujours, mais il y a aussi qu'on est extrêmement énergiques, on est obligés d'être inventifs, de trouver des nouvelles façons de vendre ses livres. Dans les librairies, et faire des événements parce que on est très célèbres pour nos événements. Des signatures avec de très grands artistes que les gens n'ont jamais l'occasion de croiser dans leur vie. J'en fais un petit moins parce qu'il y a peut être moins de gens qui font le voyage mais on a beaucoup de livres accés sur les États-Unis comme M. Taschen habite là-bas maintenant, les Rolling Stones ne sont pas venus mais c'est certain qu'on est toujours très célèbres pour les événements qu'on organise dans les autres boutiques et dans le monde parce qu'on a 12 boutiques, on peut appeler ça nos Taschen Stores, ils sont uniquement dédiés à nos ouvrages. Très longtemps c'était Philippe Stark qui a fait nos boutiques et maintenant on a Marc Newson qui a fait notre dernière boutique en Italie, ça donne des choses merveilleuses.

Q : Comme de petits musées dédiés au livre.

R : Des musées totalement vivants.

Q : Et au niveau des tirages moyens en France ?

R : Je ne les connais pas du tout. Personne ne parle jamais de chiffres ici, c'est un principe, mais ce ne serait pas le tirage français ce serait un tirage mondial.

Q : Donc vous n'avez pas de recul sur l'augmentation ou la baisse de vos tirages ?

R : Non parce qu'en fait un livre à très gros succès comme le *Genesis* de Sebastião Salgado qui était accompagné d'un SUMO énorme magnifique et un livre pour tous à 50 € avec 5-6 expositions par an depuis qu'il est sorti, il doit être à sa 7<sup>e</sup> réimpression. On réimprime quand on a besoin. Là c'était l'exemple d'un énorme succès planétaire.

Q : Est-ce que vous arrivez à savoir qui compose votre public ?

R : C'est vraiment extrêmement diversifié et c'est cela qui est plaisant aussi parce que par exemple, de voir qui arrive quand on fait une signature ici, Sebastião Salgado, quand il a fait sa première signature de livre c'était pour le livre *Africa*, j'ai vu arriver un public de baroudeurs, d'aventuriers, de gens qui aimaient le terrain, l'aventure, très inspirés par la biodiversité. Alors quand il y a un livre comme Naomi Campbell on voit des gens très mode, très habillés. Ils y a autant de titres que de publics différents. Tout le monde y trouve quelque chose. Ça peut être une génération un peu plus âgée qui aimerait avoir ces livres imprimés à la japonaise, et de très jeunes étudiants qui avec les collections pas chères peuvent construire une bibliothèque, ou aussi offrir un cadeau qui n'est pas cher mais qui a très belle allure.

Q : Et donc comment fonctionne votre réseau pour vendre des livres en France ?

R : C'est simplement qu'on a quatre commerciaux, qui voyagent et qui regardent tous les endroits où un livre peut vivre, la place des musées est très importante également parce que là on a Rodin, on a Gauguin, à chaque fois on a un livre qui va avec. Il y a tellement

de musées, de concept stores, des collectionneurs, on n'est pas assez nombreux, il y aurait encore plus à faire si on n'était pas tous seuls sur un grand territoire mais il faut être inventif, je suis certaine qu'il y a encore plus de possibilités.

Q : Cela vous arrive de faire des partenariats avec des entreprises ?

R : Je pense que oui, que cela s'est fait bien sûr.

Q : Et d'aller directement chez le particulier ?

R : Non. Mais par contre on a de très beaux catalogues, là c'est celui de cette année, qui prend la forme d'un livre relié, qu'on envoie à toute notre base de collectionneurs, et puis on a un grand fichier clients. On a aussi une autre chose très forte c'est notre site internet, qui est extrêmement vivant, nos réseaux sociaux. Les gens commandent aussi en ligne et surtout on a un système de newsletters très régulier, sur nos actualités, nos événements, là on va avoir la journée de la terre, je pense qu'on va faire une newsletter avec deux ou trois titres qui correspondent. On sait que les gens qui nous suivent aiment bien être tenus au courant. On a une personne dédiée aux réseaux sociaux et on se rend compte qu'au fur et à mesure ça monte.

Q : Est-ce qu'il vous reste un public à conquérir ou est-ce que vous pensez que vous touchez déjà tout le monde ?

R : Non, toujours, surtout les très jeunes, c'est notre défi aujourd'hui. Faire en sorte qu'un public qui ne lit plus, qui n'achète plus le livre mais qui regarde toujours un écran, ça c'est un grand défi.

Q : Et vous pensez vous diriger vers le numérique ?

R : Non on a essayé, ça ne réussi pas. Parce que ce sont des objets et un objet ça ne se remplace pas du tout. Par contre notre site web est très vivant, on a des pop up, des petites vidéos et cela marche très bien, des choses qui en peu de temps peuvent vous séduire comme le snapchat. C'est comme quand on perd les générations de 60 ans, il faut renouveler le public. J'ai essayé de travailler sur les blogs mais c'est très compliqué parce que je ne suis que moi, le blog c'est une meule de foin. Et aujourd'hui il y a tous ces magazines qui sont presque décédés il faut le dire, avant je vendais des portfolio d'images et on les achetait parce qu'on leur faisait une sélection de ce qui leur correspondait maintenant c'est plus compliqué.

Q : Et vous faites des campagnes de publicité ?

R : Non jamais, c'est quand même beaucoup dans les journaux et les magazines, mais j'ai encore des milliers de parutions par an encore. On a beaucoup de chance mais c'est parce que les livres sont tellement séduisants. La semaine dernière j'étais à la nuit du livre, on donne une douzaine ou peut-être même un peu plus de prix, ça avait lieu encore cette année au théâtre de l'Odéon, ça récompense les meilleures fabrications, les meilleures idées et c'est intéressant parce que le livre qui avait reçu le coup de cœur, qui s'appelait *10 chaises*, en pop up mais tellement parfait, avec les dix chaises design les plus emblématiques. Et chaque année la salle est bondée, pour moi c'est un signe qu'il y a une passion autour de l'objet bien fait. Il faut que ça vive, que les gens viennent voir les objets, qu'ils puissent les toucher, rencontrer celui qui a fait les photos, les dessins, c'est pour cela que les événements sont importants.

## Annexe N° VIII

Entretien avec M<sup>me</sup> Marie-Rose Guarniéri,

Gérante de la librairie des Abbesses (30 Rue Yvonne le Tac, Paris),

Le 6 mai 2016

*Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : Concernant l'offre actuelle de livres d'arts, quelle serait ses caractéristiques selon vous ?

R : Alors ce qui est important de savoir, c'est que le livre d'art c'est le livre où l'excellence des savoir-faire artisanaux du monde du papier sont mis en excellence. C'est le livre où il y a des maquettistes, des iconographes, des typographes... C'est là que toutes les qualités du livres sont exacerbées. Ce sont aussi les seuls livres au fond pour lesquels le public a besoin de se déplacer dans les librairies pour les apprécier, en voir le poids, la qualité de reproduction et c'est un monde où il y a eu une grande révolution. On parle souvent de la révolution numérique mais on ne parle jamais de la révolution du livre en lui-même. Aujourd'hui on arrive à des exploits dans les reproductions, dans l'exactitude des détails, on est presque à l'identique de l'œuvre, ce qui est formidable. On a reconçu la façon de regarder les œuvres d'art. Parfois on voit mieux les œuvres dans un livre d'art que sur les sites, dans les chapelles en Italie... Pour la transmission des patrimoines picturaux c'est formidable. Nous à la librairie on adore les livres d'art et on essaye de choisir ce qui sont le mieux édités, où les savoir-faire sont les plus poussés possible, pour nous c'est le sens de la présence d'un livre d'art dans notre librairie. La théorie que j'avais c'est que les beaux et les bons livres font les grands libraires. Ce qui est intéressant c'est que maintenant il y a l'impact des grandes expositions dans la production de livres d'art qui joue un grand rôle c'est-à-dire que maintenant les gens achètent à la sortie d'une expo les livres qui sont temporaires mais pas chers du tout parce que ça permet de sortir des livres assez excellents bien créés avec un grand auteur, qui est le conservateur qui a conçu l'expo, à des prix à moins de 50 €. Moi je suis très attachée aux grands éditeurs d'art qui sont Le Regard, L'imprimerie nationale, Xavier Barral, Actes Sud, Flammarion, la BnF, Diane de Sellier qui fait un livre par an, bien sûr Citadelles & Mazenod, nous et c'est pour cela que ça marche bien, dans notre librairie on arrive à mettre les livres en valeur. Dans un lieu de masse, un Nicolas de Staël qu'il soit Taschen où un livre comme ça, je ne sais pas si les gens peuvent apprécier cette excellence. C'est-à-dire qu'il faut aussi des lieux d'excellence pour les présenter. Les librairies de mon type gagnent beaucoup à avoir des livres d'art. Donc c'est un secteur qui est très en crise, les livres d'art se vendent moins bien. Le stockage coûte très cher et ça coûte très cher de les créer.

Q : Et comment vous ressentez cette crise ?

R : Les libraires sont très prudents, alors la crise n'est pas que financière c'est que les gens avant de faire un cadeau, ça a un coût un livre d'art, offrir un livre d'art à un jeune à Noël c'est une démarche, il faut savoir si cette démarche va être toujours perpétuée ou non. En tous cas c'est un secteur qui rencontre beaucoup de difficultés car les droits de reproduction sont devenus excessifs. Réaliser un livre d'art dans l'excellence, l'imprimer, le façonner en France tout ça fait que le livre sort assez cher donc c'est beaucoup de risques pour une maison. Une maison peut faire faillite à cause d'un livre. Parce que ce sont des investissements de 20, 30 à 50 000 €. C'est pour cela que je les soutiens beaucoup parce que c'est une production à laquelle je suis très attachée.

Q : Et comment vous expliquez, alors que ce sont des investissements risqués, qu'à l'occasion d'une exposition plusieurs éditeurs publient en même temps un livre lié à l'exposition ?

R : Parce que les expositions permettent de vendre en plus du catalogue parce qu'il y a une grosse actualité, une grosse promotion, le déplacement du public donc c'est une chance de se glisser dans cette médiatisation. Pour l'expo Hopper il y avait un catalogue mais Citadelles & Mazenod a fait un grand Hopper qu'ils ont super bien vendu, tout le monde a pu en bénéficier, quand c'est une grande expo, un événement quoi. Pas pour toutes, mais des fois ils sentent que c'est un gros coup, aujourd'hui avec Paul Klee, ils essayent tous de faire un livre, parce qu'ils se disent que pendant l'expo qui dure 5 mois, ils vont pouvoir récupérer des clients.

Q : Mais du coup on peut être un peu perdu avec des livres qui sont à la fois des catalogues, des livres de fonds et des beaux-livres ?

R : Des fois il y a des catalogues d'exposition aussi beaux qu'un livre créé pour le fonds et que nous on garde en fonds. Ce n'est pas si net que cela parce que comme je le dis souvent c'est une spécialiste qui connaît l'époque ou l'auteur de façon excellente et approfondie. Par exemple l'exposition Apollinaire la personne qui l'a faite c'est quelqu'un qui est absolument érudit sur Apollinaire comme personne, donc le catalogue et son texte sont vraiment à garder en fonds. Si on veut connaître Apollinaire ce catalogue fera référence. Parfois ce n'est qu'une période pour un peintre alors on ne garde pas car c'est trop limité pour présenter une œuvre ou un auteur mais quand il s'agit de beaux catalogues où il y a vraiment l'œuvre de l'auteur qui est mise en valeur et qui peut faire référence, on garde le catalogue. La césure n'est pas marquée dans une dualité.

Q : Du point de vue de la librairie quelle place prend le livre d'art ?

R : Un bon quart est consacré au livre d'art. Et je les mets en avant en premiers. Ce qui coûte très cher dans ma librairie c'est cette mobilisation d'espace avec beaucoup de stock en livres d'art. Mais on ne met pas tout, je n'ai qu'un ou deux Taschen dans des questions où ils sont les seuls. Je fais une sélection drastique sur l'auteur, la mise en page, la qualité de reproduction... C'est 30 ans de métier, de livres qu'on regarde, on connaît le catalogue de la maison, l'événement, le peintre.

Q : Selon vous à quel public s'adresse la production de livre d'art ?

R : Ils essayent de faire des livres d'art pour les passionnés d'art, il y a plusieurs types de livres d'art, il y a les monographies autour d'un artiste... C'est un produit à risques maximum donc ils étudient bien tous les paramètres. Mais malgré tout ces paramètres il y a toujours quelque chose qui leur échappera.

Q : Selon vous est-ce que le public a évolué, s'est élargi ?

R : Chez les jeunes, je vois qu'ils aiment bien la photo, ils n'achètent pas Vélasquez obligatoirement mais je vois qu'ils lisent les grands classiques, les grands écrits sur l'art, Paul Klee, Kandinsky, tout en s'intéressant au *street art*.

Q : Il y a une relève du public ?

R : Oui moi je trouve, il faut continuer, ils aiment l'art ils aiment la culture, pas tous parce qu'ils sont aussi beaucoup sur internet mais quand même quand ils font des cadeaux à Noël. Moi j'ai constaté qu'ils venaient acheter des livres d'art, ils aiment aussi la BD, des livres graphiques, visuels. Ils ne font pas leur bibliothèque avec des Citadelles & Mazenod. Mais ils achètent des livres de photos, après peut-être que moi je suis dans un quartier privilégié, où les jeunes sont acteurs, je pense que c'est une question financière mais quand ils commencent à gagner leur vie, qu'ils ont un cadeau à faire à un copain, ils se tournent volontiers vers un livre d'art sur le cinéma, la musique beaucoup, cuisine aussi beaucoup, après la peinture contemporaine. Niki de Saint Phalle s'est super bien vendue, Modigliani aussi.

Q : Quel public vous essaieriez de viser en plus de votre public habituel ?

R : J'ai un public de touristes donc je mets de beaux livres d'art sur Paris, moi après j'essaie de montrer les livres les plus intéressants, les mieux édités possibles. Quand les gens viennent ici et qu'ils cherchent un cadeau je sors des livres d'art, il faut savoir en parler, il faut les connaître, il faut être immergé. Par exemple le livre sur Sarah Moon on le vend beaucoup et il coûte près de 100 € et même à des jeunes, enfin des jeunes qui bossent, ou les étudiants en art. Malgré le secteur très gravement en crise, ils essayent de baisser les coûts en imprimant à l'étranger, on met plusieurs années à faire un livre d'art mais ça a un coût. On peut acheter un truc à 30 € on peut mélanger les deux, moi je n'ai aucun jugement là-dessus, on a démocratisé l'accès au contenu, on l'a rendu moins élitiste, moins précieux. Mais il y a des gens quand ils commencent à acheter des livres d'art après ils font la différence. Au début ils achètent des petits Taschen et il y en a des géniaux, j'en ai quelques-uns parce qu'ils sont les seuls à avoir traité le sujet. Le prix des livres d'art a baissé, ils font des collections très accessibles, ils ont tous fait ça.

Q : Du point de vue de votre rapport avec les autres professionnels du livre, quels liens avez-vous avec les éditeurs ? Si vous en avez ?

R : J'en ai beaucoup. Je viens de faire un livre d'art avec l'éditrice Diane de Selliers, qui fait un livre par an. Nous avons la chance à Paris de beaucoup travailler avec eux, on les rencontre, ils s'appuient beaucoup sur nos invitations pour présenter leurs projets, on les rencontre aux expositions. Je connais très bien l'éditrice des éditions Hazan, du Regard, au Seuil, les éditeurs, maquettistes, je suis très intéressée par tout cela donc j'ai un rapport de proximité. Je trouve que quand on est très près de l'impulsion éditoriale, plus on est près de celui qui a conçu le livre, mieux on comprend le livre. Je cherche à être au plus près des livres, auprès de ceux qui les font, les auteurs, les éditeurs, pour pouvoir apprécier des nuances qui pourraient m'échapper quand je vais le feuilleter. [...] Mais cela ne s'est pas fait tout de suite, j'ai mis beaucoup d'années, j'ai appris à l'intérieur de ma librairie, maintenant j'ai trente ans d'expérience je connais bien la chaîne du livre, tous les partenaires du livre, je les ai rencontrés au fil des années. Mais les éditeurs ont changé leur façon de faire, ils se sont beaucoup tournés vers les libraires, ils ont compris aussi qu'il ne fallait pas considérer la librairie comme leurs commerçants mais qu'ils avaient des gens qui avaient un goût, un point de vue, que s'ils les informaient mieux sur ce qu'ils avaient édité ils s'en occuperaient d'avantage et qu'il y aurait des effets commerciaux. Les jeunes peut-être sont plus mobiles, ils ont des petits appartements donc ils ne vont pas faire des méga bibliothèques de livres d'art. Le bourgeois faisait sa grande bibliothèque, là ils font leur bibliothèque avec des poches.

**Annexe N° IX****Entretien avec M<sup>me</sup> Armelle Lainé Vailet,****Gérante de la librairie L'œil écoute (77 Boulevard du Montparnasse, Paris),****Le 13 février 2017***Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : En guise d'introduction est-ce que vous pouvez me présenter votre travail à la librairie ?

R : Oui alors moi je gère la librairie, je suis gérante depuis 1993, je suis responsable de la librairie.

Q : Quelle place prend le livre d'art dans votre librairie ?

R : Par rapport à il y a 10 ans, beaucoup moins de place, c'est clair. Les gens maintenant pour mettre 50 € dans un livre d'art c'est un peu difficile. Sauf à l'époque de Noël et encore ça marche moins qu'avant.

Q : Selon vous quelles sont les tendances actuelles du livre d'art ?

R : Alors tendances actuelles, par exemple cette année on a très bien vendu *Rouge : histoire d'une couleur*, c'est un exemple, tout ce qui est catalogue d'exposition qui marche bien.

Q : Vous vendez des catalogues dans la librairie ?

R : Oui ça marche bien. Ce qui concerne la musique également.

Q : Est-ce qu'il vous arrive de mettre en place des livres qui sont publiés à l'occasion d'une exposition mais que ne sont pas le catalogue ?

R : Oui quelque fois il y a plusieurs livres sur l'exposition on les vend aussi. Ça peut être la revue *Connaissance des arts* ou un livre relié bien sûr.

Q : Et qu'est-ce que vous pensez de la diversité de l'offre ?

R : Il y en a suffisamment.

Q : On dit que le secteur des livres d'art se porte mal, en pratique comment vous le ressentez dans la librairie ?

R : J'achète moins de livres d'art et il y a un taux de retour plus important également.

Q : Quels sont vos liens avec les éditeurs ?

R : Nous on voit surtout des représentants.

Q : Est-ce que ce sont des représentants spécialisés ?

R : C'est un représentant qui travaille pour tel éditeur. On a le représentant de Flammarion, de Gallimard par exemple...

Q : Tout à l'heure je faisais un tour dans vos rayons, est-ce qu'il y a des éditeurs que vous ne vendez pas ?

R : Certainement, il y a des petits éditeurs où ne voit personne [les représentants] et puis on ne peut pas tout prendre c'est impossible.

Q : Et comment vous faites vos choix ?

R : D'après ma clientèle, on a une clientèle assez fidèle ici donc je connais à peu près leur goût.

Q : Donc votre critère principal c'est les goûts de votre clientèle ?

R : Oui et puis ce que l'on vend régulièrement.

Q : Pensez-vous qu'il y ait un public spécifique au livre d'art ?

R : Non. Beaucoup c'est pour les cadeaux surtout.

Q : Et qu'est-ce qui se vend facilement, qu'est-ce qui est plus difficile à vendre ? Est-ce que vous vendez encore des livres de fonds, ou ce sont les livres sur les expositions qui prennent le pas ?

R : Ce n'est pas nécessairement avec une exposition, on a des livres d'art même si ce n'est pas une exposition on peut les vendre, par exemple on a des très beaux livres sur Paris que l'on vend toute l'année.

Q : Tout le monde fait des beaux-livres aujourd'hui, comment vous distinguez aujourd'hui un beau-livre d'un livre d'art ?

R : Le livre d'art ça concerne vraiment l'art. L'art c'est l'art, après vous avez la chanson, ça peut être considéré comme un livre d'art mais c'est un peu différent. Ce sont des thèmes différents de l'art, la peinture, les écrits sur l'art...

Q : Est-ce que vous essayez de cibler de nouveaux publics pour les livres d'art, quand quelqu'un vient dans votre librairie ?

R : Les gens rentrent dans notre librairie ou ils ne rentrent pas.

Q : Et le plus souvent ce sont des gens qui savent ce qu'ils viennent acheter ?

R : Certains effectivement savent ce qu'ils veulent acheter, d'autres demandent conseil.

Q : Et par rapport à d'autres types de livres est-ce que ce sont des gens qui vont plus vous demander des conseils ?

R : Non alors là, même en littérature on nous demande des conseils, il y a des gens qui savent ce qu'ils veulent... Non non il y a les deux.

Q : Et à votre avis, pourquoi y a-t-il moins d'acheteurs qu'avant ?

R : Parce que le livre d'art est cher. Les gens ont moins les moyens.

Q : Ce serait une question de prix la plupart du temps ?

R : Oui.

Q : Est-ce que il vous arrive d'avoir recourt à des subventions ? Pour acheter des livres ?

R : Ce n'est pas pour acheter des livres, c'est pour aider les libraires les subventions.

Q : Vous y avez recourt ?

R : Oui bien sûr.

Q : Et dans quelles occasions ?

R : Ce qu'on appelle le dossier VAL, Valorisation du fonds. Si votre dossier est retenu, bien évidemment, ils donnent de l'argent aux libraires entre 3 000 et 10 000 euros.

Q : Et c'est pour que vous puissiez investir ?

R : Oui, aider la librairie, parce qu'en ce moment les librairies se portent très mal, ça va mal.

**Annexe N° X****Entretien avec M. Jean-François Chougnat,****Président du Mucem (Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée),****Le 23 mars 2017***Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)*

Q : En guise d'introduction pouvez-vous me présenter vos fonctions actuelles ?

R : Je suis le président du Mucem à Marseille et je connais un peu votre sujet parce que j'ai été un des responsables de la Réunion des Musées Nationaux au début des années 1990. C'est un vieux sujet, la question des rapports entre édition publique et édition privée, mais c'est un moment où elle a connu une certaine intensité polémique et ensuite de concertation qui a abouti à la Circulaire dite « Jospin » de 1998.

Q : Est-ce que vous pouvez m'expliquer en quoi vous avez été concerné par cette circulaire ?

R : La Circulaire est l'aboutissement d'une contestation assez forte qui commence dans les années 1992-1993. Ce n'était pas tout à fait nouveau il y en avait déjà eu dans le passé, mais ça je peux moins vous en parler car je ne les ai pas directement vécues. Donc c'étaient des contestations du Syndicat National de l'Édition, qui était à l'époque présidé par Serge Eyrolles des éditions du même nom, et au sein du Syndicat National de l'Édition il y a des groupes thématiques notamment un groupe « art » qui existe toujours je crois, avec des gens à l'époque assez actifs et qui reprochaient à un certain nombre d'éditeurs publics, disons de statut public pour être plus précis, un peu le Centre Pompidou mais surtout nous à la RMN, plusieurs choses. D'abord le fait de ne pas travailler à armes égales sur le plan de la disponibilité des fonds iconographiques, puisque les musées disposent d'une photothèque qui permet en interne dans une certaine mesure d'avoir une iconographie disponible gratuite. C'était plus particulièrement dirigé vers les musées nationaux d'abord parce qu'à l'époque on a fait une réforme assez importante, qui a eu lieu en 1991 dont je me suis occupé, qui était la transformation de la RMN en établissement public industriel et commercial donc avec une force de frappe beaucoup plus importante. Avec l'arrivée de vrais professionnels de l'édition ce qui n'était pas le cas avant à la RMN, la responsable édition c'était Anne de Marjerie qui venait elle-même de l'édition privée. Il y a eu une augmentation assez importante du volume des nombres de titres aussi, c'est une époque de croissance des fréquentations des musées, enfin il y a tout un ensemble de facteurs, rénovation de l'outil, une fréquentation accrue avec en plus des expos qui ont eu de très très gros succès à cette époque-là notamment au Grand Palais Toulouse Lautrec, La collection Barnes, un petit âge d'or disons des musées français notamment des musées nationaux donc une croissance assez forte du chiffre d'affaires de la RMN. J'ai du y rester quatre-cinq ans, je crois qu'on avait triplé le chiffre d'affaires, une croissance colossale donc la RMN n'était plus marginale. Disons que le SNE a commencé à faire des lettres de protestations, surtout l'aspect que je viens de mentionner : « vous êtes en concurrence déloyale » en quelques sorte, ils le disaient d'ailleurs tel quel parce que « vous avez accès au sujet avant les autres, vous êtes en même temps libraire » – ce qui est vrai car la RMN était également, ce qui n'est pas le cas du Centre Pompidou, libraire avec la capacité de comprimer un peu les marges. C'est le problème de la chaîne de l'édition – ce n'était pas violent, mais donc nous à la RMN on en a parlé avec notre ministère des tutelles qui a été saisi aussi, le ministère de la Culture a été interpellé car il était en même temps chargé d'une régulation du monde de l'édition. Donc a été confié une mission d'étude, un rapport en quelques sortes, à une personnalité qui connaissait un peu les deux bouts de la chaîne qui s'appelait Jean-Claude Groshens, qui avait été président du Centre Pompidou dans le début des années 1980 et qui avait été directeur du Livre et de la lecture au ministère de la Culture, une personnalité que l'on prend dans ces cas là pour faire des rapports et qui a fait un travail très sérieux, assez long, je ne me souviens plus ce devait être entre 1996 et 1997. Il a remis le rapport à ce moment-là, il y a eu une phase de concertation mais que je connais moins car je faisais autre chose à ce moment là de la fin du processus. Et donc ce rapport a d'abord été repris dans la Circulaire Jospin de 1998, puis dans la création d'un médiateur de l'édition culturelle un an plus tard, qui n'existe plus maintenant. Il y a eu un texte en 2014 qui donne des pouvoirs accrus au médiateur du livre, les fonctions de médiateur de l'édition public ont été réattribuées au médiateur du livre. Alors il y a une partie du rapport Groshens qui est un peu obsolète maintenant c'est la partie sur la légitimité ou non des redevances sur l'utilisation des données publiques notamment les fonds photo. Ça vient de rebondir d'ailleurs avec un arrêt du Conseil d'État en décembre dernier qui donne raison au public contre le privé. C'est un arrêt de la ville de Tours contre un photographe, le raisonnement juridique est d'ailleurs très contesté par les juristes, donc cette partie-là de la circulaire, avec le numérique aujourd'hui se pose dans des termes très différents des pratiques des années 1990. La partie sur le recours aux coéditions, le fait de considérer que la publication est possible non pas comme une activité dérivée mais si elle est dans les statuts des établissements, tout cela ont été à peu près appliquées depuis.

Q : Mais il y a quand même des musées publics qui peuvent publier des livres sans passer par la coédition ?

R : Oui c'est ce que disait la Circulaire Jospin, c'est dans les statuts, par exemple au Mucem on l'a dans notre décret statutaire.

Q : Donc en fait, cela varie en fonction des statuts des musées, et il y en a beaucoup.

R : Oui alors j'ai vu que l'année dernière le SNE avait recommencé à râler un peu. Laurence Angèle, médiateur du livre est partie, je crois que c'est Marc Schwartz le médiateur du livre, je crois qu'ils se sont très peu saisis de cette question et le SNE le leur a pas mal reproché, il y a moins l'observatoire comme il y avait avec le médiateur de l'édition publique, spécifique. Et je crois que compte

tenus des textes de l'actuel médiateur du livre, le SNE réclame un élargissement des missions aux collectivités territoriales, je crois que c'est un peu l'ordre de leurs revendications, c'est ce que j'ai pu lire dans *Livres Hebdo*.

Q : Et dans le cadre de la mise en place de cette Circulaire à l'époque il y a eu des oppositions, des conflits ?

R : Non, en fait le rapport Groshens a pratiquement éteint la querelle en réalité. La Circulaire c'est presque la version publique d'une espèce d'accord moral passé deux ou trois ans avant, et puis je pense aussi que les musées ont fait un peu plus attention parce que ça avait un peu attiré l'attention des musées sur le sujet, je pense qu'il n'y avait pas de vraie réglementation auparavant sur la question, qu'il y avait une partie faite innocemment quoi. Ce n'était pas une stratégie coordonnée savamment orchestré par tel ou tel et puis les capitaux sont extrêmement différents et puis cela ne concerne pas uniquement les musées il y a aussi les Sciences-Humaines, la cartographie avec les cartes IGN, il y a beaucoup de sujets que l'on met sous cette étiquette d'édition publique et qui en réalité n'ont pas grand chose à voir. Après c'est très difficile, M. Groshens avait essayé à l'époque et d'autres très régulièrement le médiateur du livre notamment, d'avoir une vraie vision de la part de l'édition publique dans le chiffre d'affaires. Parce qu'en plus les statistiques du SNE ne sont pas exceptionnels au niveau global, donc aller voir la vraie part de l'édition publique dans le secteur art qui vous intéresse ce n'est pas du tout fiable. Et puis il y a une chose qui a beaucoup changé depuis, et qui a changé pour tout le monde, c'est un changement de la consommation du consommateur lui-même. Par exemple les ratios du type nombre de catalogues vendus par rapport au nombre de visiteurs qu'on avait à la RMN au début des années 1990 on chuté terriblement pour des raisons qui n'ont rien à voir avec les problématiques de l'édition privée d'ailleurs. Donc le volume que peut piloter en quelque sorte le Grand Palais par rapport au chiffre d'affaires global de l'édition est beaucoup plus faible que dans les années 1990. Alors pourquoi, c'est toute la question. A l'époque il n'était pas rare de vendre un catalogue pour 10 ou 15 visiteurs, aujourd'hui on est dans des ratios de 1 sur 20, 1 sur 30, 1 sur 40.

Q : Que ce soit pour les musées ou le livre d'art en général ?

R : À la différence que pour le livre d'art vous ne pouvez pas mesurer l'impact de l'événement sur la vente. Pour le catalogue d'exposition c'est un autre mode de consommation presque. En fait, une partie des éditeurs d'art étaient eux-mêmes très partagés. Je me souviens d'un déjeuner au SNE où j'étais sur la sellette, en fait il y avait des petits éditeurs, indépendants à l'époque qui ne le sont plus d'ailleurs vraiment comme Hazan par exemple, d'ailleurs c'était un des plus agressif dans l'affaire. Eric Hazan réclamait en gros de faire des coéditions, il réclamait sa part de gâteau quoi et puis de l'autre côté vous aviez des éditeurs qui n'étaient absolument pas dans la logique coédition, Flammarion par exemple qui était dans une autre structure capitalistique que le groupe actuel, qui était dans une logique qui consiste à dire : vous nous piquez du marché par rapport à notre marché traditionnel du beau-livre, du livre cadeau. Donc déjà dans l'approche de la concurrence il y avait différentes conceptions, là où ils étaient tous d'accord entre eux, c'était sur un accès plus facile au fonds iconographique, sur ce point ils se réunissaient très facilement pour des raisons évidentes. Donc le front n'était pas complètement unifié non plus, il s'est cristallisé à un moment en raison de la grande progression du chiffre d'affaires de la RMN, c'est cela qui a mis le feu aux poudres. Le débat était latent depuis quelques années, il y avait aussi le fait que la plupart des éditeurs privés de livres d'art n'avaient en réalité de département livres d'art donc aucun de ces grands groupes ne se sont attaqués à la RMN. Le paradoxe aussi c'est que cela a un peu changé, à l'époque le marché du livre en France est relativement, un petit peu différent de la structuration actuelle, à l'époque on a vraiment deux grands groupes Hachette et ce qui est devenu Editis qui s'appelait à l'époque le Groupe de la Cité et qui n'a rien à voir avec ce qu'est Editis aujourd'hui, qui se tiraient la bourre et à ceux seuls représentaient une très large part du marché. C'est le paradoxe, aujourd'hui le groupe certainement dominant en chiffre d'affaires dans l'art, c'est Madrigall avec le rapprochement Gallimard-Flammarion mais ce n'est pas un des majors de l'édition française, ils sont indépendants, donc ça veut dire qu'on n'a pas en face de nous les grands groupes mais beaucoup de petites structures indépendantes à l'époque peut-être encore plus qu'aujourd'hui. Il y avait Hazan qui fait maintenant partie du groupe Hachette, il y a aussi les structures qui ont été récupérées par Editis plus ou moins et puis Flammarion et Gallimard se tiraient la bourre et regardaient plus vers l'Italie que vers leurs concurrents donc c'est cette structuration dans une certaine mesure qui fait que récupérer des parts de marché dans l'édition de catalogues pour certains, ou affaiblir l'édition publique pour d'autres est quelque chose d'assez central. Et puis après la situation change beaucoup, d'abord parce que les fréquentations de musées c'est toujours les montagnes russes, comme ça repose sur l'événement on pense toujours que c'est une croissance illimitée mais ce n'est pas vrai, il y a la crise de fréquentation très importante de 1995-1996 en France qui ressemble un peu à la crise d'aujourd'hui d'ailleurs puisqu'à partir de la fin 1995 et également 1996 avec le plan Jupé et les attentats. Il y avait eu des chutes dramatiques de la fréquentation des musées, la RMN connaissait des problèmes qui sont un peu les mêmes qu'aujourd'hui avec une conjoncture beaucoup plus défavorable. Donc elle est beaucoup moins agressive, donc à la fin des années 1990 la RMN a fermé quelques points de vente aussi, une dizaine de mémoire, par exemple il y avait un point de vente à Marseille qui a fermé à ce moment là, donc elle est moins présente sur le marché, il y a une valse de directions qui a changé tous les deux ans.

Q : Il y a eu des scissions également ? Je pense au musée d'Orsay par exemple.

R : Oui, il y a la fin de l'espèce de monopole de la RMN, à Orsay, le Louvre commence à éditer un petit peu de son côté, l'édition publique se morcelle.

Q : Et du coup la coédition prend peut-être plus de sens du fait que chaque musée ne puisse pas monter un pôle éditorial complet ?

R : C'est sûr, nous par exemple au Mucem, de toutes façons ce n'est pas notre stratégie mais le voudrait-on, nous n'avons pas la capacité d'avoir une maison d'édition à nous. La coédition est la règle et l'édition autonome est très rare en réalité.

Q : Donc il y a une forme de rééquilibrage qui s'est fait ?

R : Oui un rééquilibrage et je pense un gros changement aussi du côté de l'édition, Hachette fait un tout petit pas timide en 1996-1997 en édition d'art en rachetant Hazan. Et la stratégie d'Hachette à l'époque, parce que j'y suis rentré pour cela, c'était de créer un

véritable pôle art international, et puis des changements dans le groupe ont fait que cette stratégie a été abandonnée. Ça ne s'est pas fait parce que le groupe Lagardère qui possède Hachette à ce moment-là modifié sa stratégie, le directeur d'Hachette Livre a été débarqué et Hazan est resté une espèce d'exception qui est étrange dans un groupe qui ne produit pas du tout ça, ça ce sont des modifications de stratégies en cours de route, à l'époque on était en pourparlers pour racheter un éditeur espagnol, un éditeur anglais. C'est très curieux la France reste de ce point de vue-là une exception européenne, que les grands groupes d'éditions n'aient pas de départements de livres d'art c'est par exemple l'inverse de l'Italie où l'édition d'art est dominée par les deux grands groupes historiques Rizzoli/Corriere della Serra d'un côté et Electa Mondadori de l'autre. Et puis après il y a eu les changements d'ordre capitalistiques dans les différentes maisons d'édition mais disons que les principales maisons d'art italiennes sont des filiales ou des départements des deux ou trois grands groupes de la scène italienne alors qu'en France pour ça cela n'a pas beaucoup changé par rapport aux années 1990, c'est à dire que les principaux groupes français ne sont pas présents.

Q : Il y a une grande diversité en édition d'art française que peut-être on ne retrouve pas ailleurs ?

R : Parce que les grands groupes n'y sont pas. L'édition publique joue certainement son rôle dans le fait que les grands groupes n'y soient pas, enfin après on a gardé un marché très atypique qui ne ressemble pas beaucoup au marché, par exemple au marché allemand j'avais fait à une certaine période des sortes de comparaisons, c'est vraiment très particulier le système français, c'est pour cela qu'il y a cette friction édition publique-édition privée, qui est plus virulente qu'ailleurs.

Q : Est-ce que c'est dû à la part importante de l'intervention de l'État sur la culture selon vous ?

R : Oui mais le poids des pouvoirs publics est important en Allemagne, en euros par habitants on en est à peu près au même niveau, le ratio total n'est pas si différent que cela mais en Allemagne les grands groupes d'édition sont présents dans les livres d'art, il y a Prestel, et aussi pas mal d'indépendants, c'est ce que les économistes appellent l'oligopôle à franges. Mais contrairement à ce que l'on croit l'édition publique même dans les pays libéraux le poids de l'édition publique est très fort. Par exemple aux Etats-Unis, le principal éditeur d'art c'est l'Université de Chicago.

Q : Parce que les éditeurs trouvent que le secteur n'est plus assez rentable alors n'investissent pas ?

R : Oui et puis c'est assez cruel ce qui s'est produit aux États-Unis, des choses beaucoup plus proches du cas Français que par rapport à l'Allemagne ou à l'Italie. C'est ça qui est curieux on pourrait penser que l'on a un marché qui ressemble plus à l'Allemagne et à l'Italie et en fait non, l'entrée dans le livre d'art via l'expo c'est quelque chose que les universités américaines ont pratiqué depuis toujours qui ressemble énormément à la RMN quand on y réfléchit à deux fois. C'est à dire que l'on fait des expo avec des universitaires et on publie du catalogue. En France c'est relativement récent car l'arrivée sérieuse de la RMN sur les catalogues d'expo c'est la fin des années 1970, début des années 1980, avant il n'y en a pas.

Q : Du coup, est-ce que l'on peut dire que la coédition est devenue un refuge pour les éditeurs d'art pour demeurer sur le marché ?

R : Oui c'est sûr. Mais qui fait de la coédition en France, on le voit bien, des petits éditeurs spécialisés sur certains sujets comme Textuel, Hazan, Actes Sud, Gallimard, Flammarion, voilà, après il y a Somogy, des petites maisons comme Lienart, mais il y a beaucoup de maisons d'éditions d'art aujourd'hui en France qui continuent à ne pas faire de coédition, si vous prenez Citadelles & Mazenod, il reste quand même un secteur hors expo.

Q : Mais alors du coup ce que l'on voit quand même c'est que beaucoup d'éditeurs reprennent un peu à leur compte l'actualité des musées pour publier en parallèles des catalogues des livres en lien avec les expositions ?

R : Mais ça c'est à l'origine de la crise indirectement. Parce qu'au départ ils ont fait les malins si je peux me permettre l'expression ils ont dit « nous on s'en fout vous faites un Toulouse-Lautrec, on va sortir un Toulouse-Lautrec », mais le problème c'est que la surabondance et la concentration sur les sujets traités par les grandes expos ont tué l'idée, et oui car quand vous avez 10 bouquins sur Toulouse-Lautrec dans l'exposition Toulouse-Lautrec, le public est complètement désarçonné, il ne sait pas lequel acheter donc il achète le catalogue et ce n'est pas forcément le meilleur mais quand on ne sait pas, le catalogue a une espèce de légitimité. En fait leur premier système de concurrence qui consistait à balancer des titres sur les sujets d'expo, c'est largement fini tout cela parce qu'ils se sont pris tellement de gamelles là-dessus qu'aujourd'hui c'est beaucoup plus... je n'ai pas regardé la bibliographie Vermeer, peut-être que ce que je dis est faux pour des expos comme celles-là.

Q : Peut-être que la politique éditoriale actuelle serait davantage de réimprimer des fonds mais de moins se lancer sur des créations coûteuses et pour lesquelles il y a des risques ?

R : La logique c'est qu'on sait à peu près aujourd'hui que depuis 20 ans c'est le catalogue qui rafle la mise et en petits prix les numéros spéciaux des revues qui est aussi un phénomène des années 1980-1990, donc tout cela est récent quand même.

Q : Et donc concernant l'impact de la circulaire aujourd'hui, ce que vous disiez un peu tout à l'heure, pour vous elle est toujours d'actualité ?

R : Ah oui parce qu'on l'applique, elle est connue, elle n'est pas du tout obsolète. Ce qui est complexe d'ailleurs du point de vue juridique c'est de savoir comment appliquer la coédition, c'est-à-dire est-ce que la coédition doit passer par le cadre du code des marchés publics.

**Annexe N° XI****Entretien avec M. Jean-Philippe Babo,****Adjoint au Chef du Département de la Création – Pôle Non-Fiction****Centre National du Livre,****Le 21 février 2017***Q : Questions posées**R : Réponses de l'interrogé(e)**Discussion informelle avant l'entretien*

R : Nous on exclue les catalogues d'expositions et de manière générale sauf exception on exclue aussi les beaux-livres. Parce que ça part du présupposé que ce sont des livres qui se vendent tout seuls, qui n'ont pas d'apport scientifique, donc on aide les beaux-livre qui ont un contenu scientifique, des livres de Citadelles & Mazenod, de Hazan mais on ne va pas aider le x<sup>ème</sup> livre édité sur Doisneau, c'est une question de bon sens, les éditeurs s'autocensurent dans leur demandes de subventions. Citadelles & Mazenod on les aide régulièrement mais ils ne nous donneront pas les ouvrages les plus commerciaux, les plus évidents.

*Début de l'entretien*

Q : Est-ce qu'en guise d'introduction vous pourriez me décrire vos fonctions au sein du CNL ?

R : Moi je suis l'adjoint du chef du département qui compte 23 agents qui réunit 4 services intérieurs : les bourses aux auteurs, de l'édition littéraire spécialisée de tout ce qui est non-fiction – art, sciences humaines, philosophie, sciences – et on a agrégé aussi tout le service d'extraduction, les aides aux traductions en langues étrangères. Quand on reçoit des dossiers de demandes de subvention, notre premier rôle c'est de les trier, de les répartir en six ou sept lots, un pour chaque agent. Souvent en art on reçoit des dossiers d'art contemporain qui ne sont pas pour nous, c'est le CNAP (Centre National des Arts Plastiques) qui gère ces dossiers. Alors avant la coupure se faisait entre les artistes morts et les artistes vivants, maintenant c'est un peu plus subtil, ils ont la gestion de tous les artistes précurseurs de l'art contemporain. Chacun siège dans la commission de l'autre pour éviter les doublons. Parfois la répartition n'est pas facile à définir.

Q : Et vous qui voyez passer beaucoup de projets de livres, quelles seraient selon vous les tendances actuelles du livre d'art ?

R : Quand on interroge les éditeurs on voit qu'ils cherchent à coller à l'actualité des expositions, alors justement ces livres-là on ne les voit pas forcément. Parce que ce seront leurs locomotives commerciales, ils préfèrent demander pour des choses plus pointues. Nous les ¾ des livres que l'on aide sont des livres d'art non illustrés, de petit format.

Q : Et du coup l'autre jour à la bibliothèque je regardais le livre de Citadelles & Mazenod publié à l'occasion de l'exposition Hopper et j'ai vu qu'il avait été aidé par le CNL.

R : Oui, alors il y a des exceptions, je crois même qu'on les avait aidés pour un support multimédia. Récemment on a aidé Pont Aven chez Hazan, on a beaucoup de livres Picard, plus pointus. Ce sont des livres de tailles moyennes qui sont quand même très illustrés. Souvent c'est sur le Moyen-Âge, on aide beaucoup les éditions Arthena, ce sont des livres spécialisés sur le XVIII<sup>e</sup> siècle, certaines mauvaises langues pourrons dire que ce sont des catalogues aussi mais ce sont des catalogues raisonnés, avec de grosses introductions. Il y a tout un travail critique autour.

Q : Et qu'est-ce vous pensez de cette tendance qui consiste chez les éditeurs à publier des titres qui s'appuient sur une exposition, avec du coup parfois dix livres au même moment sur un même thème ?

R : Je pense surtout que ça encombre les libraires, et qu'ils les renvoient de plus en plus vite et de plus en plus tôt. D'un autre côté si ça leur permet de se maintenir à flot et de continuer à faire des livres plus difficiles par ailleurs on ne va pas leur jeter la pierre.

Q : Est-ce que vous pensez que cela a un impact sur la diversité de la production de livres d'art ?

R : Vu de chez nous la diversité se maintient. Justement on voit chez nous des livres qui sont difficiles qui sont peut-être moins visibles en librairie d'ailleurs.

Q : Et le secteur est réputé fragile, en pratique est-ce que vous le voyez et à quoi ?

R : Ce qui est très bizarre c'est qu'en littérature d'érudition, en philosophie, on note une baisse assez sensible par contre en art c'est quand même un secteur qui se maintient. Alors on pourrait dire dans les deux cas que c'est un symptôme que ça va mal, en littérature classique et en philo on peut dire qu'il y a de moins en moins de livres publiés. Et effectivement la demande se maintient en Art, ils en ont peut-être plus besoin qu'avant. Ça fait un certain temps qu'on a atteint un maximum et qu'on y reste à peu près.

Q : C'est à dire, un maximum de demandes ?

R : Oui.

Q : Et d'ailleurs dans la catégorie « subvention à la publication », en 2015 c'est le secteur Art qui était le plus aidé ?

R : À l'unité l'aide moyenne doit être plus élevée qu'ailleurs. Parce que même dans les petits livres, il y a pas mal d'illustrations.

Q : Donc il n'y a pas un budget égal pour chaque commission ?

R : Quand on prépare les budgets on essaye d'adapter au nombre des demandes. On essaye de prévoir à peu près un taux de satisfaction d'un dossier sur deux voire un peu plus, 55-60 %. Sachant qu'on aide chaque dossier à auteur de 40-60 %, on fait la somme de tous les devis et on divise par deux. On a deux taux : 40 % pour les bons dossiers, et 60 % pour les dossiers exceptionnels.

Q : Et donc comment fonctionne la commission art ?

R : Alors la commission art vient d'être renouvelée partiellement.

Q : Comment est-elle renouvelée ?

R : C'est tout les trois ans, le président du CNL nomme les nouveaux membres, le président de chaque commission peut avoir des idées de nominations et chaque membre qui part peut faire des suggestions. Le président aussi change tous les trois ans et il est nommé par le ministère. On propose 3 ou 4 noms et le cabinet du ministre décide.

Q : Je pensais que le CNL était indépendant du ministère de la Culture.

R : Pour nos ressources oui. On est indépendant mais on est sous tutelle, c'est un établissement public. On a un conseil d'administration mixte, moitié administration, ministère de la Culture, de l'Industrie, l'Éducation nationale... et le reste ce sont des personnalités de l'édition, des éditeurs, des écrivains. Et les éditeurs siègent au Conseil d'Administration qui votent le budget. C'est leur argent car une partie de nos financements provient du chiffre d'affaires des éditeurs.

Q : Et comment se déroule une cession à la commission art ?

R : C'est toujours pareil, ça dure une journée entière, on commence par les bourses aux auteurs, en non fiction on a beaucoup de mal à avoir de bons candidats, les demandes sont assez peu nombreuses et les meilleurs auteurs sont souvent issus de l'Institution, des universitaires, des conservateurs et eux ne peuvent pas demander. On a des profils indépendants, des journalistes, des essayistes, des critiques.

Q : Les livres présentés on déjà été triés au préalable ?

R : Juste un tri d'éligibilité. Si c'est un nouvel éditeur on essaye de se renseigner sur lui, s'il a déjà publié au moins trois livres, qu'il ait un réseau de diffusion digne de ce nom.

Q : Et de quels éléments sont constitués les dossiers que l'on vous remet ?

R : Le formulaire, le manuscrit, les contrats, les devis.

Q : Et ensuite comment se fait le tri, est-ce qu'il y a des critères rédhibitoires ?

R : Les éditeurs qui sont trop jeunes, qui n'ont pas de diffusion, les dossiers d'art contemporain qu'on transfère au CNAP, on n'aide pas les ouvrages essentiellement composés d'illustrations. Maintenant l'aide à l'iconographie est intégrée aux coûts liés à la fabrication avant elle était à part. Alors après le gros travail des agents c'est de chercher des experts à qui donner chaque manuscrit pour une expertise. Les membres de la commission prennent chacun deux ou trois dossiers et le reste est externalisé. Enfin ça dépend des commissions on peut répartir à tout le monde, pour la commission art c'est 1/3 à l'extérieur, à des universitaires pour évaluation. On a un vivier qu'il faut toujours enrichir, on a toujours besoin de nouveaux spécialistes. Tout l'art est de ne pas tomber sur l'ennemi juré de l'auteur. On n'aide pas les rééditions telles qu'elles ou les traductions relai d'un livre déjà traduit dans une autre langue. Il y a un système de notation qui est indicatif, qui donne une tendance : avis réservé, favorable, défavorable... Intérêt, apport nouveau, qualité littéraire, qualité scientifique, cohérence du projet au regard du catalogue, prix... Et un espace commentaire proprement dit. Après on donne des étoiles : 3 étoiles c'est 60 %, 2 c'est 40 % et 1 c'est s'il nous reste du budget mais parfois on n'arrive pas à satisfaire tous les 2 étoiles, on est obligé d'en éliminer des bons. Alors quand un éditeur demande trois aides et qu'un autre demande une seule subvention, on essaye de ne pas faire ça c'est en dernier recourt mais on enlève à l'un pour l'autre. On essaye de ne pas tenir compte de la taille de la maison.

Q : J'étais étonnée de voir que ce ne sont pas des dossiers anonymes. Où on ne saurait pas qui est l'éditeur.

R : Ah oui on n'y a jamais pensé.

Q : Comme pour des concours...

R : On le fait juste pour les traducteurs, parce qu'ils se connaissent tous et il y a des préjugés.

Q : Après il y a un débat ?

R : Nous on ne débat pas mais les membres oui pour juger la qualité du livre, du projet. On peut ajourner des livres pour que les éditeurs le représentent à une prochaine session, parfois ils se sont un peu précipités. Parfois en cas de désaccord au sein de la commission, quand elle est partagée, il y a un vote et le président à deux voix. Alors parfois on a des dossiers non paginés, ça ne met pas dans de bonnes dispositions, ils demandent quand même de l'argent il me semble qu'une bonne présentation s'impose.

Q : Les actions du CNL relèvent des politiques culturelles ?

R : Oui pour démocratiser la lecture, pour que le prix baisse.

Q : Le CNL sa mission c'est d'aider au financement pour rendre les livres plus accessibles ?

R : Encore que on n'a pas le droit de le dire explicitement. On a eu des ennuis avec Bruxelles, on n'a pas le droit de donner une aide qui explicitement serait faite pour baisser le prix. C'est une concurrence déloyale par rapport aux éditeurs allemands, belges qui eux n'ont pas forcément d'organismes qui font ça. Donc maintenant on laisse libre l'éditeur de baisser son prix.

Q : Et du coup il y a des éditeurs qui ne baissent pas le prix après subvention ?

R : Parfois il le dit lui-même, dans son argumentaire, il a le droit, « on sollicite une aide pour rendre le prix accessible aux étudiants... »

Q : Et comment vous faites, est-ce qu'il y a un contrôle une fois le livre publié, du respect des engagements annoncés par l'éditeur dans le dossier ?

R : Oui après on vérifie les factures, on reçoit le dépôt légal et quand certaines données ont varié de plus de 15 % on déclenche une demande de facture. C'est arrivé qu'on nous présente un imprimeur français et que finalement le livre soit imprimé en Bulgarie.

Q : Vous constatez régulièrement des abus ?

R : Quand on constate des variations on recalcule l'aide. L'aide à la publication est donnée à parution.

Q : Et il peut y avoir des sanctions ? Il n'y a pas de répercussion sur les prochaines candidatures ?

R : Ce n'est pas toujours de la malhonnêteté, le projet peut varier c'est normal. Par contre en traduction, il y avait des doubles contrats, un contrat bidon remis au CNL et un autre pour le traducteur avec des conditions différentes. Ils affichent 22 € et ils ne donneront que ce que donnera le CNL. On a eu quelques cas où le traducteur d'abord complice, vient réclamer son dû après, alors on les met sur liste rouge après. Mais c'est très rare ce n'est pas une pratique courante.

Q : Est-ce que le CNL reçoit des directives de la part du ministère de la Culture ? Pour mettre en avant des thèmes ?

R : Non très peu, on est très libres, on peut avoir des priorités, comme cette année ce sont les sciences-humaines et la littérature jeunesse, où on donnera un peu plus à ces commissions là. On donne jusqu'à 70 % d'aide à la traduction allemande comme la France était invitée à Francfort. Parfois les gens se plaignent directement au cabinet du ministère nous on nous renvoie le courrier pour donner une réponse.

Q : Donc au niveau du contenu c'est assez libre ?

R : On n'aide pas tout ce qui est prosélytisme ou texte religieux, révisionniste.

Q : La démocratisation on en a parlé mais comme vous me disiez que ce sont des livres assez pointus, comment on peut s'assurer qu'ils vont être diffusés à des publics éloignés de ce type de livres ?

R : C'est vrai que ce sont des livres qui restent chers. Donc c'est pour que les livres chers soient un peu plus accessibles en termes de prix.

Q : Oui donc c'est sur l'accessibilité du livre à l'achat, pas en termes de contenu.

R : Oui et puis contribuer à la diversité éditoriale, que les éditeurs continuent à faire des livres pointus.

Q : Est-ce que vous pensez que pour certains éditeurs, s'il n'y a pas de subvention, il n'y a pas de livre ?

R : C'est une bonne question, on a une stagiaire qui va faire une étude sur ce que sont devenus les livres qui n'ont pas été subventionnés. C'est le genre de question que pose la Cour des Comptes : vous servez à quoi ? S'ils voient que tous les livres refusés sortent quand même... Ils vont dire qu'on ne sert pas à grand chose, ce sont des arguments qu'on a entendu il y a 4-5 ans. C'est vrai qu'en art c'est une question plus aiguë car est-ce que c'est notre rôle d'aider Citadelles & Mazenod à faire des énormes bouquins, alors qui vont être vendus 140 € au lieu de 170 € ? Mais on aide quand même. Le problème c'est est-ce que c'est notre rôle d'aider des livres chers, avant on avait même une section bibliophilie avec des livres à 800 €, d'un autre côté c'est pour aider des savoir-faire, des métiers en voie de disparition.

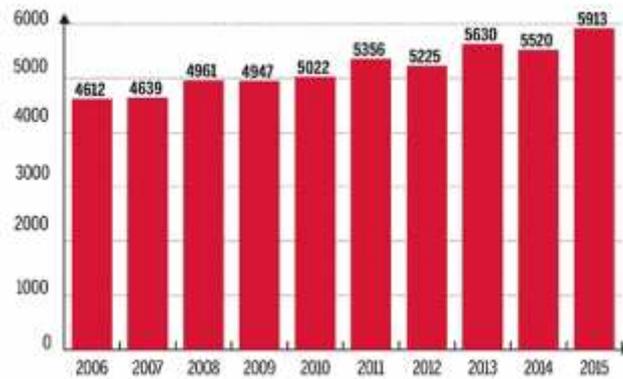
## Annexe N° XII

## La coédition en pratique : répartition des tâches

		Éditions Flammarion		Musée du Jeu de Paume	Musée du Quai Branly	Musée d'Orsay
		Avec pôle éditorial au musée	Sans pôle éditorial	Avec pôle éditorial au musée	Avec pôle éditorial au musée	Avec pôle éditorial au musée
Texte : choix de l'auteur, établissement du sommaire	Musée	XX	X	XX	XX	XX
	Éditeur privé		X			
Editing	Musée	XX		X		XX
	Éditeur privé		XX	X	X	
Maquette	Musée	X		X		XX
	Éditeur privé	X	XX	X	X	X
Iconographie	Musée	XX		-	-	X
	Éditeur privé		XX	-	-	
Format/Couverture	Musée	X	X	X		X
	Éditeur privé	X	X	X	X	X
Fabrication	Musée	X		X		
	Éditeur privé	X	XX	X	X	XX
Commercialisation	Musée	X	X	X	X	X
	Éditeur privé	X	X	X	X	X
Diffusion	Musée					
	Éditeur privé	XX	XX	XX	XX	XX

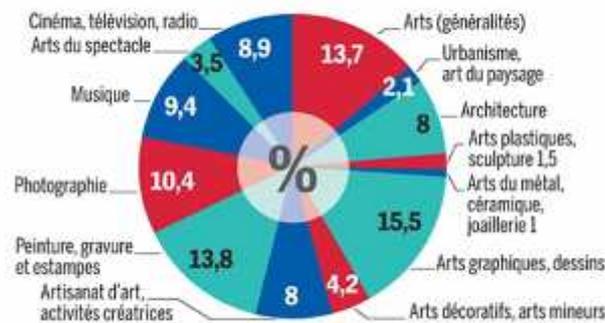
### Annexe N° XIII

#### Le livre d'art en chiffres, Livres Hebdo



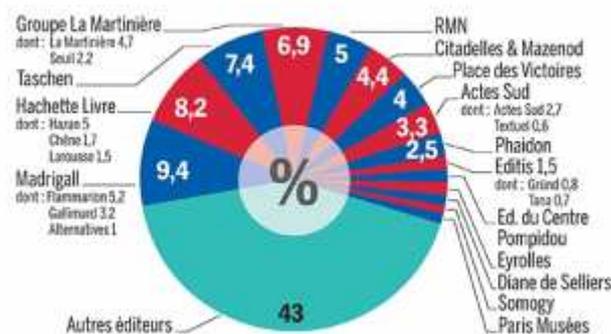
Source : Livres hebdo/electre -  
Nouveautés et nouvelles éditions

Figure 1- La production de livres d'Art



Source : Livres hebdo/electre -  
Nouveautés et nouvelles éditions en  
2014

Figure 2 - La production de livres d'Art par catégorie



Source : Livres hebdo/electre -  
Nouveautés et nouvelles éditions en  
2014

Figure 3 - Les principaux éditeurs de livres d'Art

**Annexe N° XIV  
Tableau corpus musées et expos 2005**

	Nom de l'expo	Lieu	Mois début	Mois fin	Catalogue	Coédition public-privé	Editeur(s)	Livres liés ?	Editeurs					
1	Jean Hélion	Centre Pompidou	déc-04	mars-05	1	0	Centre Pompidou	3	Jean Hélion, Récits et commentaires   ENSBA, déc 2004	La grande citrouillerie de Jean Hélion   Eds Centre Pompidou, déc 2004 (essai)	Jean Hélion, 1904-1987   Eds Cercle d'Art, oct 2004			
2	Carole Benzaken (prix Marcel Duchamp)	Centre Pompidou		févr-05	1	0	Centre Pompidou	0						
3	Comme le rêve, le dessin. Esquisses et études italiennes des XVIe et XVIIe siècles à la lumière du dessin contemporain	Centre Pompidou	févr-05	mai-05	1	0	Centre Pompidou   Musée du Louvre	0						
4	Dionysiac - Esthétique de l'Altermonde	Centre Pompidou	févr-05	mai-05	1	0	Centre Pompidou	0						
5	Gina Pane	Centre Pompidou	févr-05	mai-05	0	0		0						
6	Amelie von Wulffen	Centre Pompidou		mai-05	1	0	Centre Pompidou	0						
7	Robert Mallet-Stevens, architecte	Centre Pompidou	avr-05	août-05	1	0	Centre Pompidou	3	Robert-Mallet Stevens, architecte   Eds 15 square de Vergennes, avril 2005	Robert Mallet-Stevens et la villa Noailles à Hyères   Eds Marval, avril 2005	La villa Cavrois : Robert-Mallet Stevens   Eds A & J Picard, mars 2005			
8	Africa Remix	Centre Pompidou	mai-05	août-05	1	0	Centre Pompidou	2	L'art de la friche, essai sur l'art contemporain africain   Eds Flammarion, mars 2005	L'art africain contemporain   Eds Scala, juin 2005				
9	Isaac Julien	Centre Pompidou	mai-05	août-05	1	0	Centre Pompidou	0						
10	Antonio Seguí, œuvres sur papier 1950-2005	Centre Pompidou	juin-05	oct-05	1	0	Centre Pompidou	0						
11	D-Day, le Design aujourd'hui	Centre Pompidou	juin-05	oct-05	1	0	Centre Pompidou	0						
12	Marepe	Centre Pompidou	sept-05	janv-06	0	0		0						
13	Jeppe Hein, labyrinthe invisible	Centre Pompidou	sept-05	nov-05	1	0	Centre Pompidou							
14	Dada	Centre Pompidou	oct-05	janv-06	1	0	Centre Pompidou	15	L'ABCécédaire de Dada   Eds Flammarion, 30 sept 2005	DADA   Eds Hazan, sept 2005 (nvelle éd)	Dada : une histoire de subversion   Eds Fayard, sept 2005	Manifestes Dada surréalistes   Eds Jean-Michel Place, oct 2005	Dada : libertin & libertaire   Eds L'Insolite, sept 2005	Dictionnaire de l'art moderne, 1905-1945   Eds Larousse, sept 2005
									Dada   Eds Cercle d'art, sept 2005	Almanach Dada !   Eds Les Presses du réel, oct 2005	Dans l'univers de Dada   Eds Bélem, sept 2005 JEUNESSE	Sept manifestes dada   Eds Dilecta, octobre 2005	Dada a Paris   Eds CNRS (nvelle éd), septembre 2005	
									Marcel Janco se souvient de Dada   Eds L'Échoppe, sept 2005	Dada et les arts rebelles   Eds Hazan, oct 2005	Archives Dada : chronique   Eds Hazan, oct 2005	Dada : la révolte de l'art   Eds Découvertes Gallimard, sept 2005	Dada Berlin : une révolution culturelle ?   Eds Du Temps, oct 2005	
15	Euro Visions, les nouveaux Européens par les photographes de Magnum	Centre Pompidou	sept-05	oct-05	1	0	Centre Pompidou	2	Magnum*   Eds Phaidon, sept 2005	Magnum : Histoires   Eds Phaidon, nov 2005				
16	Charlotte Perriand	Centre Pompidou	déc-05	mars-06	1	0	Centre Pompidou	1	Charlotte Perriand, un art d'habiter   Eds Norma, mai 2005					
17	William Klein	Centre Pompidou	déc-05	janv-06	1	1	Marval   Centre Pompidou	0						
18	Turner - Whistler - Monet	Grand Palais	oct-04	janv-05	1	0	Grand Palais	3	Turner, sa vie et ses chefs-d'œuvre   Parkstone Press Ltd, oct 2004 (réimp, 3 ed)	Monet, La Normandie   Herscher, oct 2004	Dans l'univers de Monet   Eds Belem, oct 2004			
19	Brésil indien	Grand Palais	mars-05	juin-05	1	0	RMN	1	Brésil : les premiers photographes d'un empire sous les tropiques   Eds Gallimard, avril 2004					
20	Peintures françaises dans les collections allemandes. XVIIe et XVIIIe siècles	Grand Palais		juil-05	1	0	RMN	1	Chardin : peintre du quotidien   Eds Vilo, février 2005 (réimp)					
21	Klimt, Schiele, Kokoschka, Moser : Vienne 1900	Grand Palais	oct-05	janv-06	1	0	RMN	6	L'Abécédaire de Klimt   Eds Flammarion, sept 2005	Gustav Klimt, Oskar Kokoschka, Egon Schiele : un monde crépusculaire   ACR Eds, sept 2005	Gustave Klimt : dessins et aquarelles   Eds Hazan, oct 2005	Egon Schiele : Narcisse écorché   Eds Découvertes Gallimard, sept 2005	Gustav Klimt, 1862-1918   Eds Taschen-supplément Le Monde, juin 2005	Egon Schiele (1890-1918)   Eds Taschen-supplément Le Monde, juin 2005
22	Mélancolie, génie et folie en Occident	Grand Palais	oct-05	janv-06	1	1	RMN   Gallimard	3	Mélancolie : les métamorphoses de la dépression   Eds Découvertes Gallimard-RMN, sept 2005	Au-delà de la mélancolie (essai)   Eds Galilée, sept 2005	Mélancolies : livre d'images   Eds Klincksieck, sept 2005			
23	Pharaon	Institut du Monde Arabe	oct-04	avr-05	1	1	IMA   Flammarion	4	Les pharaons   Eds Elcy, oct 2004	L'ABCécédaire des pharaons   Flammarion, oct 2004	Dieux et pharaons de l'Egypte ancienne   Eds J'ai lu-Librio, sept 2004	Egypte, 5000 ans d'histoire : terre éternelle des pharaons   Eds de Lodi, oct 2004		
24	Le ciel dans un tapis	Institut du Monde Arabe	déc-04	mars-05	1	0	IMA	3	Les routes du tapis   La découverte Gallimard, oct 2004	Tapis : présent de l'Orient à l'Occident   IMA, 1986 (réimp)	Kilims d'Anatolie : la collection Caroline & H. McCoy Jones   IMA, 1991 (réimp)			

25	L'Âge d'or des sciences arabes	Institut du Monde Arabe	oct-05	mars-06	1	1	IMA Actes Sud	3	Les sciences dans l'islam  Eds Paris Méditerranée, sept 2005	L'épopée de la science arabe  Eds Découvertes Gallimard, oct 2005	L'âge d'or des sciences arabes  Eds Le Pommier-Cité des sciences et de l'industrie, oct 2005			
26	Rineke Dijkstra	Jeu de Paume	déc-04	févr-05	1	0	Jeu de Paume	0						
27	Stephen Shore (Paysage biographique, photographies, 1968-1993)	Jeu de Paume	janv-05	mars-05	0	0		0						
28	Tony Oursler	Jeu de Paume	mars-05	mai-05	1	1	Musée   Flammarion	0						
29	Jean-Luc Moulène	Jeu de Paume	mars-05	mai-05	1	0	Jeu de Paume   Paris Musée	2	Le Tunnel de Jean-Luc Moulène   Eds Al Dante, avril 2005	Jean-Luc Moulène, entretiens   Jeu de paume, mars 2005				
30	Chaplin et les images. Un comédien voit le monde	Jeu de Paume	juin-05	sept-05	1	1	Jeu de Paume   Eds NBC	1	Chaplin, La grande Histoire   Eds Jean-Michel Place, juin 2005					
31	Joan Jonas	Jeu de Paume	juin-05	août-05	0	0		0						
32	Pierre Verger (1902-1996) - œuvre photographique, 1933-années 1950	Jeu de Paume	sept-05	déc-05				0						
33	Michal Rovner	Jeu de Paume	oct-05	déc-05	1	1	Jeu de Paume  Steidl	0						
34	Enfances parisiennes	Musée Carnavalet	déc-04	mars-05	0	0		0						
35	Au temps des Merveilleuses : la société parisienne sous le Directoire et le Consulat	Musée Carnavalet	mars-05	juin-05	1	0	Musée   Paris Musées	0						
36	Le Brésil de Marc Ferrez (1843-1923). Photographies de la coll. de l'Institut Moreira Salles	Musée Carnavalet	sept-05	déc-05	1	0	Paris Musées	1	L'empire brésilien et ses photographes : collections de la Bibliothèque nationale du Brésil et de l'Institut Moreira Salles  Musée d'Orsay-Eds 5 Continents, juin 2005 (expo juin-sept 2005)					
37	Un Amour de Paris, photos de Dorothy Bohm	Musée Carnavalet	sept-05	déc-05	1	0	Paris Musées	0						
38	Trois photographes humanistes : Frédéric Barzilay, Lucien Hervé et Willy Ronis	Musée Carnavalet	sept-05	janv-06				0	Willy Ronis Eds Acte Sud, oct 2005 (!!! Rétrospective Mairie de Paris oct 2005)	Paris, éternellement  Eds Hoëbeke, oct 2005 (!!! Rétrospective Mairie de Paris oct 2005)				
39	La Maison de Wendel : trois siècles d'industrie en Lorraine (1704-2004)	Musée d'Orsay		févr-05	0	0		0						
40	Le théâtre de l'œuvre (1893-1900), naissance du théâtre moderne	Musée d'Orsay		juil-05	1	1	Musée Orsay   5 Continents	0						
41	Dans l'atelier	Musée d'Orsay		mai-05	1	1	Musée Orsay   5 Continents	0						
42	Le néo-impersonnisme, de Seurat à Paul Klee	Musée d'Orsay		juil-05	1	0	Musée Orsay   RMN	1	Seurat et de dessin néo-impersonniste   Musée d'Orsay, 2005					
43	Daumier, Les Célébrités du Juste milieu (1832-1835) - Etude et restauration	Musée d'Orsay	mai-05	août-05	1	0	RMN	0						
44	Correspondances : Le Chat noir/Christian Boltanski ; J.B. Carpeaux/Joël Shapiro	Musée d'Orsay	avr-05	juil-05	1	1	Musée Orsay   Hazan	0						
45	L'art russe dans la seconde moitié du XIXe siècle : en quête d'identité	Musée d'Orsay	sept-05	janv-06	1	1	Orsay  RMN	0						
46	Photographies au Louvre par Patrick Faigenbaum et son atelier	Musée du Louvre	nov-04	mai-05	1	1	Musée   ENSBA	0						
47	Contrepoint I, parcours contemporain dans les collections permanentes du musée	Musée du Louvre		févr-05	0	0		0						
48	Connaisseur et curieux - Dessins français du Louvre, choisis en hommage à Antoine Schnapper	Musée du Louvre		mai-05	0	0		0						
49	Jacopo Ligozzi (vers 1550-1627), un dessinateur à la cour des Médicis	Musée du Louvre	janv-05	avr-05	1	1	Musée   5 Continents	0						
50	Géricault cannibale	Musée du Louvre	janv-05	avr-05	0	0		0						
51	La France romane (au temps des premiers Capétiens, 987-1152)	Musée du Louvre	mars-05	juin-05	1	1	Musée   Hazan	0						
52	Art Paris 05	Musée du Louvre	mars-05	avr-05										
53	Le Dessin florentin sous les derniers Médicis	Musée du Louvre	mai-05	août-05				0						
54	De la Renaissance au premier âge baroque - Centre trente dessins italiens pour les musées de France	Musée du Louvre	juin-05	août-05	1	0	RMN Louvre	0						
55	Faïences de l'Antiquité	Musée du Louvre	juin-05	sept-05	1	1	Louvre  5 Continents	0						
56	Girodet, 1767-1824	Musée du Louvre	sept-05	janv-06	1	1	Louvre  Gallimard	1	Girodet  RMN-Eds Biro, oct 2005					
57	Frans Post (vers 1612-1680), du Brésil à la cour de Louis XIV	Musée du Louvre	sept-05	janv-06	1	1	Louvre  5 Continents	0						

58	Girolet et l'atelier de David	Musée du Louvre	sept-05	déc-05	1	1	Louvre   Somogy	1	Girodet   RMN-Eds Biro, oct 2005					
59	Tunga, à la lumière des deux mondes	Musée du Louvre	sept-05	janv-06	0	0		0						
60	Contrepoint II. De l'objet d'art à la sculpture - Porcelaines contemporaines	Musée du Louvre	déc-05	févr-06	0	0		0						
61	Véronèse profane	Musée du Luxembourg		janv-05	1	1	Musée du Luxembourg   Skira Eds	1	Véronèse   La découverte Gallimard, sept 2004					
62	Matisse, une seconde vie	Musée du Luxembourg	mars-05	juil-05	1	1	Musée du Luxembourg   Hazan	2	Matisse : L'art du décupage   Palette, février 2005	Lire Matisse : la pensée des moyens   L'Harmattan, avril 2005				
63	La collection Philipps à Paris	Musée du Luxembourg	nov-05	mars-06	1	1	Musée du Luxembourg   Eds Skira	1	Chefs-d'œuvre de la collection Phillips   Eds Découvertes Gallimard, nov 2005					
64	Trésors de la Fondation Napoléon	Musée Jacquemart-André	sept-04	avr-05	1	1	Musée Jacquemart-André   Nouveau monde Eds	2	La Grande armée par Victor Huen   Herscher, sept 2004	Napoléon et le Louvre   Musée du Louvre-Eds Fayard, nov 2014				
65	L'homme et ses masques, chefs-d'œuvre de la collection Barbier-Mueller	Musée Jacquemart-André		août-05	1	1	Musée Hazan	0						
66	Jacques-Louis David (1748-1825)	Musée Jacquemart-André	oct-05	janv-06	1	1	Musée   Eds Nicolas Chaudin							
67	Paul Guigou	Musée Marmottan Monet		juin-05	1	1	J.Laffitte	0						
68	Camille Claudel	Musée Marmottan Monet	oct-05	janv-06	1	0	Eds du Musée Marmottant-Monet	1	Camille Claudel, le tourment de l'absence   Eds Les carnets de psychanalyse, sept 2005					
69	Bacon et Picasso, la vie des images	Musée Picasso	mars-05	mai-05	1	1	RMN   Flammarion	0						
70	Pierre Choumoff (1872-1936)	Musée Rodin		avr-05	0	0		0						
71	Adolphe et Georges Giraudon, une bibliothèque photographique (1877-1953)	Musée Rodin		juin-05	1	1	Somogy	0						
72	Naissance de l'aquarelle	Musée Rodin	juin-05	sept-05	0	0		0						
73	La sculpture dans l'espace - Rodin, Brancusi, Giacometti	Musée Rodin	nov-05	févr-06	1	0	Eds du Musée Rodin	2	Dans l'univers de... Rodin   Eds Bélem, nov 2005	Diego Giacometti   Eds Hermann, nov 2005 (nelle éd)				
74	Liam Gillick - Texte court sur la possibilité de créer une économie de l'équivalence	Palais de Tokyo	janv-05	mars-05	0	0		0						
75	Translation (œuvres de la Fondation Deste)	Palais de Tokyo	juin-05	sept-05	0	0		0						
76	Robert Malaval	Palais de Tokyo	oct-05	janv-06	1	0	Paris Musées   Palais de Tokyo	0						
77	Sarah Morris	Palais de Tokyo				0								
78	Rebecca Bournigault	Palais de Tokyo		nov-05		0								
79	Saâdane Afif, "Lyrics"	Palais de Tokyo		nov-05	1	0	Palais de Tokyo	0						
	<b>Total</b>				<b>58</b>			<b>68</b>						

Annexe N° XV  
Tableau corpus musées et expos 2015

	Nom de l'expo	Lieu	Mois début	Mois fin	Catalogue	Coédition	Éditeurs-Coéditeurs	Nbre de livres "en lien"	Livres "en lien"						
1	Jeff Koons, La rétrospective	Centre Pompidou	nov-14	avr-15	1	0	Eds du Centre Pompidou	2	Jeff Koons, entretiens avec Norman Rosenthal   Flammarion, nov 2014 ;	Jeff Koons pour les enfants   Centre Pompidou, 2014					
2	Jacques-André Boiffard	Centre Pompidou	nov-14	févr-15	1	1	Eds du Centre Pompidou   Eds Xavier Barral	0							
3	Frank Gehry	Centre Pompidou	oct-14	janv-15	1	0	Eds du Centre Pompidou	0							
4	Hervé Télémaque	Centre Pompidou	févr-15	mai-15	1	1	Centre Pompidou   Somogy + Partenariat Musée Cantini-Marseille	3	Télémaque l'artiste français le plus pop   Flammarion, 2015	Confidence d'Hervé Télémaque, entretiens avec Alexia Guggémos   Somogy, 2015	Écrits, entretiens, Hervé Télémaque   Beaux arts de Paris Eds, 2015				
5	Le Corbusier, mesures de l'homme	Centre Pompidou	avr-15	août-15	1	0	Eds du Centre Pompidou	5	Le Corbusier la planète comme chantier   Textuel, 2015 rééd	Le Corbusier et la lampe Gras   Eds Norma, 2015	Le Corbusier construire la vie moderne   Éditions du Patrimoine-Centre des monuments nationaux, 2015	L'atelier de la recherche patiente   Eds Fage, 2015	Le Corbusier   Eds Fage, 2015		
6	6e nouveau festival : air de jeu	Centre Pompidou	avr-15	juil-15	0	0		0							
7	Valérie Belin, les images intranquilles	Centre Pompidou	juin-15	sept-15	1	1	Eds Centre Pompidou   Eds Dilecta	0							
8	Anna et Bernhard Blume, la photographie transcendante	Centre Pompidou	juil-15	sept-15	1	1	Eds Centre Pompidou   Xavier Barral	0							
9	Gottfried Honegger	Centre Pompidou	juin-15	sept-15	1	1	Eds Fage   Centre Pompidou	1	Gottfried Honegger   Eds Fage, 2015						
10	Mona Hatoum	Centre Pompidou	juin-15	sept-15	1	0	Eds Centre Pompidou	0							
11	Dominique Gonzalez-Foerster. 1887-2058	Centre Pompidou	sept-15	févr-16	1	0	Eds Centre Pompidou	3	Marienbad électrique : Dominique Gonzalez-Foerster   Christian Bourgois Editeur, 2015 ;	Dominique Gonzalez-Foerster : Hans Ulrich Obrist   Eds Manuela, 2015 ;	Dominique Gonzalez-Foerster   Flammarion-CNAP, 2015 ;				
12	Wilfredo Lam	Centre Pompidou	sept-15	févr-16	1	0	Eds Centre Pompidou	0							
13	Thierry Fontaine. Carte blanche PMU	Centre Pompidou	oct-15	oct-15	1	1	Eds Centre Pompidou   Eds Filigranes	0							
14	Varda / Cuba	Centre Pompidou	nov-15	févr-16	1	1	Centre Pompidou   Eds Xavier Barral	0							
15	Niki de Saint Phalle	Grand Palais	sept-14	févr-15	1	0	Partenariat Musée Guggenheim	5	Traces : une autobiographie, 1930-1949   Eds La Différence, 2014	Niki de Saint Phalle   Eds de l'Amateur, rééd 2014 (1ère ed 1970)	Harry et moi : les années en famille, 1950-1960   Eds La Différence, 2014	La poupée sublimée : quand Niki de Saint-Phalle et les artistes contemporains font des poupées   Skira, 2015	Niki de Saint Phalle, la révolte à l'oeuvre   Eds Hazan, 2013	Niki de Saint Phalle   RMN-Gallimard, 2014	
16	Hokusai	Grand Palais	oct-14	janv-15	1	0	Partenariat Fondation du Japon	14	Hokusai manga   Gallimard, 2014	Notes de chevet   Citadelles & Mazenot, 2014	Hokusai   Eds Fage, 2014	Hokusai, le vieux fou d'architecture   Seuil-BnF, 2014	Hokusai, La manga   Hazan, 2014	Hokusai   Larousse, 2014	Hokusai : 100 chefs d'œuvres   Larousse, 2014
									Hokusai : le fou génial du Japon moderne   Magellan & Cie, 2014	Hokusai : le fou de dessin   Hazan, rééd 2014	Hokusai, "La grande vague"   Eds Synchronique, 2014	Mangakas (collectif)   Eds Bibliothèque de l'image, 2014	Hokusai, Hiroshige, Rivière, l'amour de la nature   Locus solus-Quimper : Musée départemental breton, 2014	Vagues, tempêtes et marées : Hokusai, Turner, Monet   Artlys, 2014	Hokusai   RMN-Gallimard, 2014
17	Haïti. Deux siècles de création artistique	Grand Palais	nov-14	févr-15	1	0	RMN	1	Haïti par lui-même, La reconquête de l'indépendance volée   Eds Karthala						
18	Velasquez	Grand Palais	mars-15	juil-15	1	0	RMN	4	Vélasquez   Citadelles & Mazenot, 2015 rééd	Les plus belles oeuvres de Velázquez   Larousse, 2015	Velázquez   RMN-Gallimard, 2015	Vélasquez, peintre hidalgo   Gallimard, 2015			
19	Jean Paul Gaultier	Grand Palais	avr-15	août-15	1	0	RMN   Musée des beaux arts de Montréal	0							
20	Lumière ! Le cinéma inventé	Grand Palais	mars-15	juin-15	0	0		1	Lumière ! De Lyon à Paris   Actes Sud-RMN, 2016						
21	Elisabeth Louise Vigée Lebrun. 1755-1842	Grand Palais	sept-15	janv-15	1	0	RMN	7	Élisabeth Vigée Le Brun   RMN-Gallimard, 2015	Élisabeth Vigée-Lebrun   Eds Fage, 2015 ;	Souvenirs 1755-1842 : "Les femmes régnaient alors, la Révolution les a détrônées"   Eds Tallandier, 2015 ;	Souvenirs   Citadelles et Mazenod, 2015 ;	Louise-Élisabeth Vigée-Lebrun   Eds Eyrolles, 2015 ;	Souvenirs. 1755-1842. Énoncé des différents bruits. Conseils sur la peinture du portrait   Eds Honoré Champion, 2015 ;	Louise Elisabeth Vigée Le Brun : Peindre et écrire Marie-Antoinette et son temps   Eds Artlys, 2015 ;
22	Picasso. Mania	Grand Palais	oct-15	févr-16	1	0	RMN	8	Picasso. mania   Eds Gallimard-RMN	Le monde de Picasso   Eds Larousse, nov 2015	Picasso : l'ultime demeure, histoire de l'architecture de l'Hôtel Salé   Eds Archibooks-Eds Sautereau, nov 2015	Dans l'ombre de Picasso : 20 ans aux côtés du maître   Eds Hugo doc, sept 2015	L'enfance de l'art : Pablo Picasso   Eds Piccola, mai 2015	Picasso   Eds Quelle histoire, mai 2015	Le petit musée de Picasso, Eds Gallimard, sept 2015
									"Guernica" de Picasso   Eds Nouvelles éditions Scala, sept 2015 JEUNESSE						
23	Lucien Clergue	Grand Palais	nov-15	févr-16	1	0	RMN	1	Lucien Clergue   Eds Actes Sud, nov 2015						





72	! Picasso !	Musée Picasso	oct-15	mars-16	1	0	Musée Picasso-Paris	7	Le monde de Picasso   Eds Larousse, nov 2015	Picasso : l'ultime demeure, histoire de l'architecture de l'Hôtel Salé   Eds Archibooks-Eds Sautereau, nov 2015	Dans l'ombre de Picasso : 20 ans aux côtés du maître   Eds Hugo doc, sept 2015	L'enfance de l'art : Pablo Picasso   Eds Piccolia, mai 2015	Picasso   Eds Quelle histoire, mai 2015	Le petit musée de Picasso, Eds Gallimard, sept 2015	"Guernica " de Picasso   Eds Nouvelles éditions Scala, sept 2015	
73	Rodin, le laboratoire de la création   Présentation provisoire des chefs-d'œuvre	Musée Rodin	nov-14	déc-15	0			0								
74	Archipel secret	Palais de Tokyo	mars-15	mai-15	0			0								
75	Céleste Boursier-Mougenot : acquaalta	Palais de Tokyo	juin-15	sept-15	1	1	Palais de Tokyo   Eds Les presses du réel									
76	Jesper Just	Palais de Tokyo	juin-15	sept-15	1	1	Palais de Tokyo   Eds Les presses du réel	0								
77	Patrick Neu	Palais de Tokyo	juin-15	sept-15	1	1	Palais de Tokyo   Eds Les presses du réel	0								
78	Ugo Rondinone. I love John Giorno	Palais de Tokyo	oct-15	janv-16	0			0								
79	Ragnar Kjartansson : seul celui qui connaît le désir	Palais de Tokyo	oct-15	janv-16	1	1	Palais de Tokyo   Eds Les presses du réel	0								
80	Mélanie Matranga : 反復	Palais de Tokyo	oct-15	janv-16	1	1	Palais de Tokyo   Eds Les presses du réel	0								
81	Korakrit Arunanondchai	Palais de Tokyo	juin-15	sept-15	0	0		0								
82	Tianzhuo Chen	Palais de Tokyo	juin-15	sept-15	0	0		0								
83	Le bord des mondes : Takis, Champs magnétiques et Bouchra Khalili: Foreign Office	Palais de Tokyo	févr-15	mai-15	0	0										
	Total				70	43		102								

**Annexe N° XVI**  
**Typologies des musées du corpus**

<u>Catégorie 1</u>	<i>Musées dont les expositions suscitent le plus de publications annexes en 2015</i>							
Musée	Musée d'Orsay	Jeu de Paume	Musée du Quai Branly	Grand Palais	Musée du Louvre	Musée Rodin	Musée Picasso	Musée du Luxembourg
Nbre d'expositions	5	5	9	9	8	2	1	3
Nbre d'expositions ayant suscité une/des publications	2	2	4	8	4	1	1	3
<i>en pourcentage</i>	<i>40%</i>	<i>40%</i>	<i>44%</i>	<i>89%</i>	<i>50%</i>	<i>50%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Nbre total de livres publié en lien avec les expositions du musée	7	2	11	42	9	2	7	8

**Catégorie 2** *Musées dont les expositions suscitent quelques publications annexes en 2015*

Musée	Musée d'art moderne	Jacquemart -André	Institut du Monde arabe	Centre Pompidou
Nbre d'expositions	7	3	6	14
Nbre d'expositions ayant suscité une/des publications	1	1	2	5
<i>en pourcentage</i>	<i>14%</i>	<i>33%</i>	<i>33%</i>	<i>36%</i>
Nbre total de livres publié en lien avec les expositions du musée	1	1	2	14

**Catégorie 3** *Musées dont les expositions ne suscitent pas de publications annexes en 2015*

Musée	Palais de Tokyo	Musée Carnavalet	Musée Marmottan Monet
Nbre d'expositions	10	2	3
Nbre d'expositions ayant suscité une/des publications	0	0	0
<i>en pourcentage</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
Nbre total de livres publié en lien avec les expositions du musée	0	0	0

**Annexe N° XVII**  
**Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2005**

Code Année	Libellé Segment Niveau 2	Libellé Segment Niveau 3	EAN	Libellé Article	Nom de l'Auteur	Editeur	Date de Parution	Quantité	Chiffre d'Affaires	Prix Public
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732433066	UNE FRANCE VUE DU CIEL	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2005/10/21	73 322	3 516 100 €	19,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732432793	ALGERIE : VUE DU CIEL	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2005/11/14	47 679	1 985 254 €	42,6
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782755600490	USHUAIA : UNE ANNEE DE VOYAGES ET DE GESTES SIMPLES POUR RESPECTER ET PRESERVER NOTRE PLANETE	FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME	HUGO IMAGE	2006/09/28	34 710	674 054 €	20
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782915397031	JOHNNY : DE L'IDOLE A LA LEGENDE	BOUET, REMI	IPANEMA	2005/12/02	28 659	1 109 716 €	39,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732432168	365 JOURS POUR REFLECHIR A NOTRE TERRE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2004/08/27	28 070	795 501 €	29,4
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782226152091	ROCK'N'ROLL : LA DISCOTHEQUE ROCK IDEALE. VOLUME 1, 101 DISQUES QUI ONT CHANGE LE MONDE	MANOEUVRE, PHILIPPE	ALBIN MICHEL	2005/11/02	23 995	572 676 €	25
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732432977	LA TERRE VUE DU CIEL : UN PORTRAIT AERIEN DE LA PLANETE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2005/09/16	23 622	1 037 503 €	45,6
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782258068865	POUR TOUT L'AMOUR DU MONDE	GEDDES, ANNE	HORS COLLECTION	2005/10/01	22 832	438 427 €	9,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782915536201	JEANLOUP SIEFF POUR LA LIBERTE DE LA PRESSE	RSF	REPORTERS SANS FRONTIERES	2005/05/01	21 014	169 649 €	8
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782915536294	JEAN-PHILIPPE CHARBONNIER POUR LA LIBERTE DE LA PRESSE	RSF	REPORTERS SANS FRONTIERES	2005/11/01	19 930	161 183 €	8
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782080114273	PARIS	DOISNEAU, ROBERT	FLAMMARION	2005/09/23	18 930	916 076 €	50
2005	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782263037320	PETITE ENCYCLOPEDIE DE LA PEINTURE	ZUFFI, STEFANO	SOLAR	2004/09/16	17 142	367 614 €	22,3
2005	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782842776381	LE DERNIER TRAPPEUR	VANIER, NICOLAS	CHENE	2005/10/19	16 021	391 239 €	25
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732428703	LA TERRE VUE DU CIEL : UN PORTRAIT AERIEN DE LA PLANETE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2002/09/03	15 808	700 004 €	45,6
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782035055385	ALAIN SOUCHON	DORMION, LUDOVIC	LAROUSSE	2005/08/27	14 992	291 361 €	19,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782263037238	ENFANCES	GOUVION, COLETTE	SOLAR	2005/10/13	14 621	558 215 €	39,6
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782851206213	PINK FLOYD : L'HISTOIRE SELON NICK MASON	MASON, NICK	EPA	2005/03/10	14 561	699 621 €	35
2005	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782732433295	STAR WARS : 365 JOURS	KNOLL, JOHN	LA MARTINIERE	2005/12/02	14 367	448 796 €	15,2

2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782226152060	JOHNNY HALLYDAY : ROCK'N ROLL ATTITUDE	BERNETT, SAM	ALBIN MICHEL	2005/10/12	14 335	348 730 €	10
2005	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9780714892078	HISTOIRE DE L'ART	GOMBRICH, ERNST	PHAIDON	2001/06/26	14 297	419 292 €	35
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782700026658	LA MER	CAFIERO, GAETANO	GRUND	2003/10/16	13 192	191 492 €	9,03
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782842774042	PARIS VU DU CIEL	ARTHUS-BERTRAND, YANN	CHENE	2002/04/10	13 111	161 063 €	12,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782020679343	LE MONDE DE M	CHEDID, MARIANNE	SEUIL	2005/10/21	13 023	368 596 €	29,4
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9783822816127	DOISNEAU	GAUTRAND, JEAN-CLAUDE	TASCHEN	2003/02/13	12 713	86 508 €	7,99
2005	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782080687111	HISTOIRE DE LA BEAUTE	ECO, UMBERTO	FLAMMARION	2004/09/01	12 280	468 855 €	40
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARCHITECTURE	9782840961758	GRAMMAIRE DES IMMEUBLES PARISIENS : SIX SIECLES DE FACADES DU MOYEN AGE A NOS JOURS	MIGNOT, CLAUDE	PARIGRAMME	2004/09/23	11 985	258 397 €	22
2005	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782915397017	LINO VENTURA, UNE LECON DE VIE	VENTURA, CLELIA	IPANEMA	2004/11/19	11 964	347 261 €	29,9
2005	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711849246	VIENNE 1900 : KLIMT, SCHIELE, MOSER, KOKOSCHKA : EXPOSITION, PARIS, GALERIES NATIONALES DU GRAND PALAIS, 5 OCTOBRE 2005-23 JANVIER 2006	EXPOSITION. PARIS, GRAND PALAIS (2005 - 2006)	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2005/10/06	11 910	531 377 €	25
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARCHITECTURE	9782035054838	LAROUSSE DES CHATEAUX	DENIZEAU, GERARD	LAROUSSE	2005/09/15	11 474	473 403 €	42,6
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782749902210	STAR ACADEMY 4 : L'ALBUM	DREYFUSS, MARIE	M. LAFON	2005/01/13	11 150	161 601 €	15
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782258052406	PARLEZ-MOI D'AMOUR	GEDDES, ANNE	HORS COLLECTION	2002/01/06	11 062	195 596 €	18,5
2005	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782263039270	PETITE ENCYCLOPEDIE DES PEINTRES DE A A Z	ZUFFI, STEFANO	SOLAR	2005/09/22	10 543	227 133 €	22
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782842302405	AU PLAISIR DES JOUETS : 150 ANS DE CATALOGUES	DUNETON, CLAUDE	HOEBEKE	2005/12/02	9 652	322 945 €	20
2005	BEAUX LIVRES D'ART	CIVILISATIONS	9783822847664	L'EGYPTE : LES HOMMES, LES DIEUX, LES PHARAONS	HAGEN, ROSE-MARIE	TASCHEN	2005/10/25	9 621	94 163 €	9,99
2005	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9783822840887	L'ART AU XXE SIECLE : PEINTURE, SCULPTURE, NOUVEAUX MEDIAS, PHOTOGRAPHIE	RUHRBERG, KARL	TASCHEN	2005/06/06	9 554	187 517 €	19,99
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258067073	GENERATION 1956 : LE LIVRE ANNIVERSAIRE DE VOS 50 ANS : TOUT LE DECOR DE VOS JEUNES ANNEES : ACTUALITE, CULTURE, MODE, SPORT, DESIGN, SOCIETE...	CHOLLET, LAURENT	HORS COLLECTION	2005/04/14	8 685	170 051 €	19,9

## Données chiffrées

2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782226 152077	JULIEN CLERC : A MON AGE ET A L'HEURE QU'IL EST	TESSIER, BERTRAND	ALBIN MICHEL	2005/10/19	8 489	208 288 €	10
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258 062139	60-70, MON ENFANCE, MON ADOLESCENCE	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2003/11/13	8 438	174 821 €	21
2005	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782859 174194	LA COTE DES PEINTRES 2005	AKOUN, JACKY-ARMAND	AMATEUR	2005/03/03	8 397	265 192 €	32
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258 062153	70-80, MON ENFANCE, MON ADOLESCENCE	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2003/11/13	8 281	170 653 €	19,94
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9783822 839584	WILLY RONIS : STOLEN MOMENTS WILLY RONIS : GESTOHLENE AUGENBLICKE WILLY RONIS : INSTANTS DEROBES	GAUTRAND, JEAN-CLAUDE	TASCHEN	2005/07/12	8 244	160 089 €	19,99
2005	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782080 689146	AZNAVOUR : IMAGES DE MA VIE	AZNAVOUR, CHARLES	FLAMMARION	2005/11/10	8 234	258 239 €	32,5
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9780714 893440	SIECLE	BERNARD, BRUCE	PHAIDON	2002/10/16	8 220	120 859 €	14,95
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258 062122	L ALBUM DE MA JEUNESSE, 50-60 MON ENFANCE MON ADOLESCENCE	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2003/11/03	8 187	169 334 €	21
2005	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782842 775650	LE DERNIER TRAPPEUR	VANIER, NICOLAS	CHENE	2004/10/21	8 073	359 799 €	45,5
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782842 302450	PARIS, ETERNELLEMENT	NC	HOEBEKE	2009/11/26	7 835	264 459 €	34,5
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782258 062108	LE JARDIN DES FEES	GEDDES, ANNE	HORS COLLECTION	2003/05/07	7 835	97 723 €	13,1
2005	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258 067080	GENERATION 1967 : LE LIVRE ANNIVERSAIRE DE VOS 40 ANS : TOUT LE DECOR DE VOS JEUNES ANNEES : ACTUALITE, CULTURE, MODE, SPORT, DESIGN, SOCIETE...	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2005/04/14	7 782	151 516 €	19,9
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782842 774264	PARIS VU DU CIEL	ARTHUS-BERTRAND, YANN	CHENE	2002/07/17	7 722	344 514 €	45,5
2005	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782258 062092	UN MONDE D'ENFANTS	GEDDES, ANNE	HORS COLLECTION	2003/05/07	7 581	117 107 €	16,1
								<b>774 143</b>	<b>22 709 559 €</b>	
		<b>Nombre :</b>	<b>50</b>							

**Annexe N° XVIII**  
**Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2010**

Code Année	Libellé Segment Niveau 2	Libellé Segment Niveau 3	EAN	Libellé Article	Nom de l'Auteur	Editeur	Date de Parution	Quantité	Chiffre d'Affaires	Prix Public
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782021023282	FRAGMENTS : POEMES, ECRITS INTIMES, LETTRES	MONROE, MARILYN	SEUIL	2010/10/07	53 609	1 567 130 €	30,2
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782081244498	LA PARISIENNE	LA FRESSANGE, INES DE	FLAMMARION	2010/10/20	53 052	1 308 172 €	25
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782812301018	D'ART D'ART ! . VOLUME 2	TADDEI, FREDERIC	CHENE	2010/09/29	40 764	1 396 281 €	35
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711856879	CLAUDE MONET : 1840-1926 : EXPOSITION, PARIS, GALERIES NATIONALES, GRAND-PALAIS, 23 SEPTEMBRE 2010-24 JANVIER 2011	COGEVAL, GUY	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2010/09/07	40 026	1 984 030 €	50
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782749912929	LECONS DE CHOSES	DEYROLLE	M. LAFON	2010/10/21	36 141	1 058 229 €	30,5
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782842778545	D'ART D'ART ! . VOLUME 1	TADDEI, FREDERIC	CHENE	2008/10/01	32 800	1 122 766 €	35
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711858286	MONET, 1840-1926 : L'EXPO : FRANCAIS-ENGLISH	COLLECTIF	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2010/09/30	26 833	495 203 €	18,5
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782354251918	HARRY POTTER : LA MAGIE DES FILMS	SIBLEY, BRIAN	FETJAINE	2010/10/28	25 681	999 142 €	40,5
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782355840319	TIM BURTON, ENTRETIENS AVEC MARK SALISBURY	SALISBURY, MARK	SONATINE EDITIONS	2009/11/05	22 733	645 686 €	29
2010	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782749912325	LES TRESORS DE MICHAEL JACKSON : SOUVENIRS ET PHOTOS DU ROI DE LA POP	KING, JASON	M. LAFON	2010/06/03	18 594	540 704 €	30,38
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782021009941	LA FRANCE DE RAYMOND DEPARDON	DEPARDON, RAYMOND	SEUIL	2010/09/09	18 295	1 059 983 €	59,8
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732433066	UNE FRANCE VUE DU CIEL	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2005/10/21	18 192	370 425 €	19,9
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782915536898	101 PHOTOS POUR LA LIBERTE DE LA PRESSE - MAGNUM	MAGNUM PHOTOS	REPORTERS SANS FRONTIERES	2010/04/29	15 833	153 052 €	9,9
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782812302961	LE JEU D'ART D'ART !	NC	CHENE	2010/10/20	13 899	326 477 €	25
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782258085053	NOS DESSINS ANIMES 70-80	SANDIS, FLORENCE	HORS COLLECTION	2010/10/07	13 324	323 340 €	25,3
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782844264268	SOULAGES : L'EXPOSITION THE EXHIBITION	NC	ED. DU CENTRE POMPIDOU	2009/10/14	12 593	106 960 €	8,9

## Données chiffrées

2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782227482487	DES HOMMES ET DES DIEUX : LES IMAGES DU FILM, LES ECRITS DES MOINES	CHERGE, CHRISTIAN DE	BAYARD	2010/12/02	11 877	222 708 €	19
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9780714892078	HISTOIRE DE L'ART	GOMBRICH, ERNST	PHAIDON	2001/06/26	11 707	343 100 €	35
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732443195	VU DU CIEL : QUAND DES HOMMES S'ENGAGENT POUR LA NATURE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2010/10/28	11 549	361 198 €	32,5
2010	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782226181879	MON MUSEE IMAGINAIRE OU LES CHEFS-D'OEUVRE DE LA PEINTURE ITALIENNE	VEYNE, PAUL	ALBIN MICHEL	2010/09/29	11 400	426 911 €	38,5
2010	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9783822850237	CLAUDE MONET : 1840-1926 : UNE FETE POUR LES YEUX	SAGNER, KARIN	TASCHEN	2006/07/15	11 064	109 836 €	9,99
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782742420537	FEMMES DU MONDE	LAMAZOU, TITOUAN	GALLIMARD	2007/10/04	10 996	421 843 €	39,9
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782081241244	BOURVIL : CA VA, ILS SONT CONTENTS	DELMOTTE, PASCAL	FLAMMARION	2010/09/08	9 860	240 210 €	12,5
2010	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782851207333	INDOCHINE	PERRIN, JEAN-ERIC	EPA	2010/11/10	9 799	286 446 €	19,9
2010	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782842303532	ROCK FRANCAIS : DE JOHNNY A BB BRUNES : 123 ALBUMS ESSENTIELS	MANOEUVRE, PHILIPPE	HOEBEKE	2010/10/14	9 729	280 033 €	15
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732441191	NEW YORK, UNE HISTOIRE D ARCHITECTURE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2010/10/21	9 611	471 392 €	50,6
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782749910925	AVATAR, JAMES CAMERON : RAPPORT CONFIDENTIEL SUR L'HISTOIRE BIOLOGIQUE ET SOCIALE DE LA PLANETE PANDORA : LE LIVRE OFFICIEL	WILHELM, MARIA	M. LAFON	2009/12/10	9 075	202 341 €	23,27
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782809802474	AVATAR : LE LIVRE	FITZPATRICK, ELIZABETH	ARCHIPEL	2009/11/25	8 971	174 722 €	20,3
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782744091957	L'OEIL DU PHOTOGRAPHE ET L'ART DE LA COMPOSITION	FREEMAN, MICHAEL	PEARSON EDUCATION	2008/04/11	8 928	173 404 €	20
2010	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782755605877	JOHNNY HALLYDAY, NOTRE IDOLE	LAVIGE, LAURENT	HUGO ET COMPAGNIE	2010/06/17	8 220	115 076 €	14,99
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782737348679	L ARMOIRE DE MAMIE, OBJETS. SOUVENIRS ET PETITS GESTES D UN	BERTIN, FRANCOIS	OUEST-FRANCE	2009/10/13	7 968	193 018 €	26
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782081238602	TOUT SUR L'ART : PANORAMA DES MOUVEMENTS ET DES CHEFS-D'OEUVRE	FARTHING, STEPHEN	FLAMMARION	2010/10/13	7 859	231 454 €	29,9
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711856992	FRANCE 1500 : ENTRE MOYEN AGE ET RENAISSANCE : PARIS, GALERIES NATIONALES, GRAND PALAIS, 6 OCTOBRE 2010-10 JANVIER 2011	TABURET-DELAHAYE, ELISABETH	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2010/10/07	7 804	380 032 €	49
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782226181824	UNE VIE SAINT-LAURENT	CHAMFORT, ALAIN	ALBIN MICHEL	2010/02/17	7 770	191 438 €	25,4
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782081227217	PARIS DOISNEAU	DOISNEAU, ROBERT	FLAMMARION	2009/09/23	7 536	147 911 €	19,9
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782081227781	ART, L HISTOIRE DE L ART EN IMAGES	GRAHAM-DIXON, ANDREW	FLAMMARION	2009/09/30	7 434	291 783 €	39,9

	L'ART									
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9780714896786	HISTOIRE DE L'ART	GOMBRICH, ERNST HANS	PHAIDON	2006/10/26	7 239	142 330 €	24,95
2010	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9780847836345	UN AUTRE REGARD SUR LA PEINTURE : DECOUVRIR LES SYMBOLES DES TOILES DE MAITRES	CRENSHAW, PAUL	RIZZOLI	2010/10/13	7 180	210 604 €	29,9
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARCHITECTURE	9782700025989	LES PLUS BEAUX SITES DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO	CATTANEO, MARCO	GRUND	2009/01/29	7 015	205 328 €	29,95
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782081237254	BASQUIAT	MAYER, MARC	FLAMMARION	2010/04/07	7 005	137 650 €	20,5
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782081236394	CLINT	SCHICKEL, RICHARD	FLAMMARION	2010/04/28	6 934	264 887 €	19,9
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732439532	LA TERRE VUE DU CIEL : UN PORTRAIT AERIEN DE LA PLANETE	ARTHUS-BERTRAND, YANN	LA MARTINIERE	2009/09/17	6 770	299 307 €	45,6
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782844264398	LUCIAN FREUD : L'ATELIER	DEBRAY, CECILE	ED. DU CENTRE POMPIDOU	2010/03/03	6 615	294 900 €	45,5
2010	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782754103527	CENT ENIGMES DE LA PEINTURE	SALVY, GERARD-JULIEN	F. HAZAN	2009/10/07	6 553	250 372 €	40
2010	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782353150854	MAMIKA : GRANDE PETITE GRAND-MERE	GOLDBERGER, SACHA	BALLAND	2010/09/16	6 444	185 270 €	30,35
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258074330	L'ALBUM DE MA JEUNESSE, 60-70 : MON ENFANCE, MON ADOLESCENCE	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2007/04/05	6 416	131 576 €	22
2010	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782258074354	L'ALBUM DE MA JEUNESSE 50-60, MON ENFANCE. MON ADOLESCENCE	LEROY, ARMELLE	HORS COLLECTION	2007/04/05	6 411	131 331 €	22
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782359830040	CHEFS-D'OEUVRE ? : EXPOSITION PRESENTEE AU CENTRE POMPIDOU-METZ DU 12 MAI 2010 AU 29 AOUT 2011	EXPOSITION. METZ, CENTRE POMPIDOU (2010 - 2011)	CENTRE POMPIDOU METZ	2010/06/09	6 070	293 725 €	49,7
2010	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782812302435	ALICE AU PAYS DES MERVEILLES : LE LIVRE DU FILM	SALISBURY, MARK	CHENE	2010/03/17	5 904	172 981 €	29,9
2010	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782732440781	YVES SAINT-LAURENT	CHENOUNE, FARID	LA MARTINIERE	2010/03/18	5 843	229 535 €	40,6
								<b>723 925</b>	<b>21 672 231 €</b>	
		<b>Nombre :</b>	<b>50</b>							

**Annexe N° XIX**  
**Classement TOP 50 GFK Art et Beaux-livres 2015**

Code Année	Libellé Segment Niveau 2	Libellé Segment Niveau 3	EAN	Libellé Article	Nom de l'Auteur	Editeur	Date de Parution	Quantité	Chiffre d'Affaires	Prix Public
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782012206311	ULTIMATE STAR WARS : PERSONNAGES ET CREATURES, LIEUX, TECHNOLOGIE, VEHICULES	BARR, PATRICIA	HACHETTE	2015/09/30	22 730	666 791 €	29,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782755622201	LES 7 VIES DE MYLENE FARMER	WODRASCKA, ALAIN	HUGO IMAGE	2015/10/15	13 441	261 282 €	19,95
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782754108157	PIERRE BONNARD (1867-1947) : PEINDRE L'ARCADIE	COGEVAL, GUY	F. HAZAN	2015/03/18	12 445	556 098 €	45
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364803718	HARRY POTTER : LA MAGIE DES FILMS	SIBLEY, BRIAN	HUGINN & MUNINN	2015/10/23	11 959	467 593 €	39,95
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711862283	ELISABETH LOUISE VIGEE LE BRUN	BAILLIO, JOSEPH	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2015/09/16	10 576	525 418 €	50
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782013962698	HELLFEST	BATISTA, LELO JIMMY	HACHETTE	2015/10/07	10 537	360 412 €	35
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711862214	VELAZQUEZ : CATALOGUE DE L'EXPOSITION, PARIS, GRAND PALAIS, 25 MARS-13 JUILLET 2015	KIENTZ, GUILLAUME	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2015/03/25	10 455	519 046 €	50
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711862597	JEAN-PAUL GAULTIER AU GRAND PALAIS : GALERIES NATIONALES DU GRAND PALAIS, PARIS 30 MARS-3 AOUT 2015	LORIOT, THIERRY-MAXIME	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2015/03/25	10 327	400 551 €	39
2015	BEAUX LIVRES D'ART	CIVILISATIONS	9782742435951	RETOUR A TOMBOUCTOU	LAMAZOU, TITOUAN	GALLIMARD	2015/10/29	10 083	396 383 €	39,9
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9791030100679	STREET ART : POESIE URBAINE	PUJAS, SOPHIE	TANA	2015/10/08	9 923	290 396 €	29,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782843377846	FRAGILE	FARMER, MYLENE	ANNE CARRIERE	2015/05/21	9 526	419 645 €	45
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782213687407	SARDOU : 50 ANNEES ENSEMBLE	TESSIER, BERTRAND	FAYARD	2015/10/14	9 515	363 737 €	39
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782302030466	THE LEGEND OF ZELDA : HYRULE HISTORIA : ENCYCLOPEDIE DE THE LEGEND OF ZELDA, GUIDE OFFICIEL DE NINTENDO	AONUMA, EIJI	SOLEIL	2013/12/04	9 412	323 385 €	34,99
2015	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9783836542616	GENESIS	SALGADO, SEBASTIAO	TASCHEN	2013/04/26	9 360	459 851 €	49,99

## Données chiffrées

2015	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782021 227598	LES COULEURS EXPLIQUEES EN IMAGES	PASTOUREAU, MICHEL	SEUIL	2015/10/29	9 360	268 901 €	29
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782246 855637	VERONIQUE SANSON : LES ANNEES AMERICAINES	CALUT, LAURENT	GRASSET	2015/01/21	9 199	198 597 €	22
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782072 567810	BANKSY : VOUS REPRESENTEZ UN NIVEAU DE MENACE ACCEPTABLE ET VOUS LE SAURIEZ SI CE N'ETAIT PAS LE CAS	SHOVE, GARY	ALTERNATIVES	2015/10/15	8 603	253 462 €	29,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782732 469942	VISAGES DE PAIX, TERRES DE SERENITE	RICARD, MATTHIEU	LA MARTINIERE	2015/10/15	8 488	209 806 €	25
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364 802995	HARRY POTTER, LE GRAND ATLAS : LA MAGIE AU CINEMA : LE CHEMIN DE TRAVERSE, POUDLARD ET AUTRE LIEUX FANTASTIQUES	REVENSON, JODY	HUGINN & MUNINN	2015/06/26	8 242	322 505 €	39,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782919 242467	LA BO2-M	CHEDID, MATTHIEU	EDITIONS 2024	2015/11/13	8 175	281 819 €	35
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782011 461216	STAR WARS : TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR !	BRAY, ADAM	HACHETTE	2015/11/12	7 832	191 483 €	24,95
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711 861828	HOKUSAI : EXPOSITION, PARIS, GRAND PALAIS, GALERIES NATIONALES, DU 1ER OCTOBRE 2014 AU 20 NOVEMBRE 2014 ET DU 1ER DECEMBRE 2014 AU 18 JANVIER 2015	DALON, LAURE	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2014/09/24	7 693	381 008 €	50
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782035 902528	STYLE & ALLURES	CORDULA, CRISTINA	LAROUSSE	2014/10/08	7 349	180 575 €	25
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782012 638631	STAR WARS, LE REVEIL DE LA FORCE : VAISSEAUX ET VEHICULES : PLANS, COUPES ET TECHNOLOGIES	FRY, JASON	HACHETTE	2015/12/18	7 285	141 752 €	19,95
2015	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9780714 892078	HISTOIRE DE L'ART	GOMBRICH, ERNST	PHAIDON	2001/06/26	7 194	248 115 €	35
2015	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	HISTOIRE ET ECRITS SUR L'ART	9782812 313226	D'ART D'ART !. VOLUME 3	TADDEI, FREDERIC	CHENE	2015/09/30	6 960	205 126 €	29,9
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782081 363151	LES FEMMES QUI LISENT SONT DANGEREUSES	ADLER, LAURE	FLAMMARION	2015/05/13	6 923	136 672 €	19,9
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782081 376038	LOVE, STYLE, LIFE	DORE, GARANCE	FLAMMARION	2015/12/02	6 843	168 664 €	25
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9783822 809709	DIEGO VELAZQUEZ : 1599-1660, LE VISAGE DE L'ESPAGNE	WOLF, NORBERT	TASCHEN	2001/03/29	6 618	52 678 €	7,99

## Données chiffrées

2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364803008	HARRY POTTER : LA GALERIE DES PORTRAITS : SORCIERS, MOLDUS ET AUTRE CRACMOLS	REVENSON, JODY	HUGINN & MUNINN	2015/10/30	5 707	223 224 €	39,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	MUSIQUE	9782749144467	JOHNNY HALLYDAY : ON THE ROAD	CORLOUER, RENAUD	LE CHERCHE MIDI	2015/10/15	5 618	109 750 €	19,9
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711861514	NIKI DE SAINT PHALLE : EXPOSITION, GRAND PALAIS, 17 SEPTEMBRE 2014-2 FEVRIER 2015	COLLECTIF	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2014/09/10	5 401	268 513 €	50
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782081370319	SPLENDEURS & MISERES : IMAGES DE LA PROSTITUTION, 1850-1910	BAKKER, NIENKE	MUSEE D'ORSAY	2015/09/23	5 389	240 805 €	45
2015	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782840968450	PARIS MYTHIQUE, 100 PHOTOS DE LEGENDE. EDITION BILINGUE FRAN	PARIGRAMME	PARIGRAMME	2013/03/14	5 273	51 909 €	9,9
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364803985	TOUT L'ART DE STAR WARS : LE REVEIL DE LA FORCE	SZOSTAK, PHIL	HUGINN & MUNINN	2015/12/18	5 193	203 581 €	39,95
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARCHITECTURE	9782700025989	LES PLUS BEAUX SITES DU PATRIMOINE MONDIAL DE L UNESCO	CATTANEO, MARCO	GRUND	2009/01/29	5 145	152 226 €	29,95
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET POPULAIRES	9782862276731	GUERRE ET SPRAY	BANKSY	ALTERNATIVES	2010/12/16	5 099	125 500 €	25
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782711862665	PICASSO-MANIA : PARIS, GRAND PALAIS, GALERIES NATIONALES, 7 OCTOBRE 2015-29 FEVRIER 2016	COLLECTIF	REUNION DES MUSEES NATIONAUX	2015/10/07	5 072	245 981 €	49
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782324011146	JAMES BOND : L'ENCYCLOPEDIE	CORK, JOHN	GRUND	2015/10/01	4 988	146 134 €	29,95
2015	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9783822835418	PARIS MON AMOUR	GAUTRAND, JEAN-CLAUDE	TASCHEN	2004/10/07	4 973	49 375 €	9,99
2015	ARTS ET SPECTACLES	PHOTO	9782749923406	LE PERE-LACHAISE : JARDIN DES OMBRES...	RHEIMS, NATHALIE	M. LAFON	2014/10/16	4 965	146 523 €	29,95
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782021235128	LARTIGUE, LA VIE EN COULEURS	ASTIER, MARTINE D	SEUIL	2015/05/21	4 893	144 838 €	29,9
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782869251182	BEAUTE CONGO 1926-2015 : CONGO KITOKO : EXPOSITION PRESENTEE A LA FONDATION CARTIER POUR L'ART CONTEMPORAIN A PARIS DU 11 JUILLET AU 15 NOVEMBRE 2015	MAGNIN, ANDRE	FONDATION CARTIER POUR L'ART CONTEMPORAIN	2015/07/08	4 697	220 168 €	47
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782258098954	GENERATIONS STAR WARS : LA CHRONIQUE ILLUSTREE DE 30 ANS D'AVENTURES	ALLAN, ALEX	HORS COLLECTION	2012/10/04	4 590	146 397 €	32,5
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782913366695	ET LE SOUFFLE DEVIENT SIGNE : PORTRAIT D'UNE AME A L'ENCRE DE CHINE	CHENG, FRANCOIS	L'ICONOCLASTE	2014/11/05	4 585	86 401 €	19
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364803671	RETOUR VERS LE FUTUR : TOUTE L'HISTOIRE D'UNE SAGA CULTE	KLASTORIN, MICHAEL	HUGINN & MUNINN	2015/10/23	4 478	174 219 €	39,95
2015	BEAUX LIVRES D'ART	ARTS DECORATIFS ET	9783836554008	HOMME, FEMME : MODE D'EMPLOI	YANG, LIU	TASCHEN	2014/08/26	4 467	53 042 €	12

		POPULAIRES								
2015	ARTS ET SPECTACLES	CINEMA	9782364802810	HARRY POTTER, LE GRAND LIVRE DES CREATURES : TOUTES LES CREATURES ET LES PLANTES DES FILMS HARRY POTTER	REVENSON, JODY	HUGINN & MUNINN	2014/11/14	4 466	175 382 €	39,95
2015	BEAUX LIVRES D'ART	PEINTURE ET ARTS GRAPHIQUES	9782755616118	PLANETE BANKSY : L'HOMME, SON OEUVRE, ET CEUX QU'IL A INSPIRES...	KET	HUGO DESINGE	2014/10/16	4 450	76 860 €	17,5
2015	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	REVUES/MUSEES/EXPOSITIONS	9782844266996	LE CORBUSIER : MESURES DE L'HOMME : EXPOSITION, PARIS, MUSEE NATIONAL D'ART MODERNE-CENTRE DE CREATION INDUSTRIELLE, DU 29 AVRIL AU 3 AOUT 2015	CINQUALBRE, OLIVIER	ED. DU CENTRE POMPIDOU	2015/04/22	4 448	185 161 €	42
								<b>380 950</b>	<b>12 477 738 €</b>	
		<b>Nombre :</b>	<b>50</b>							

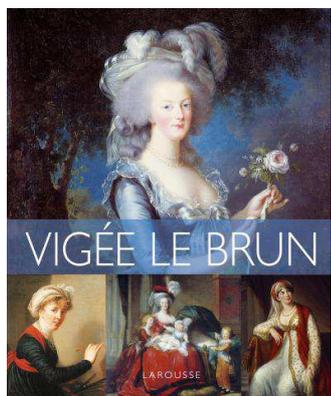
Annexe N° XX

Couvertures du corpus

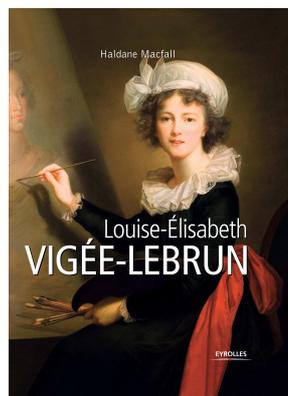
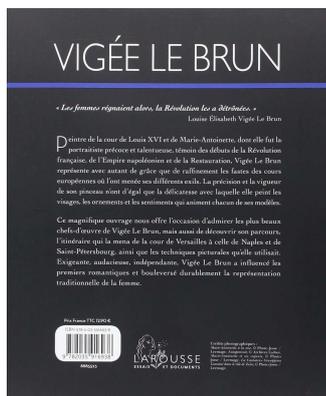


Catalogue d'exposition

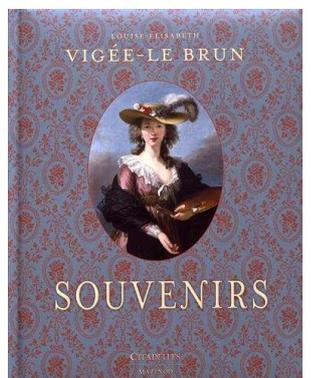
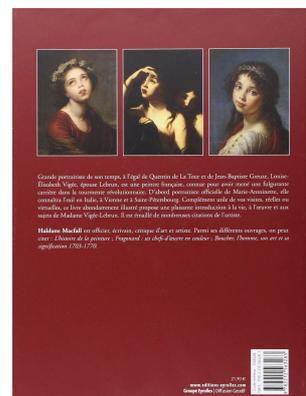
RMN



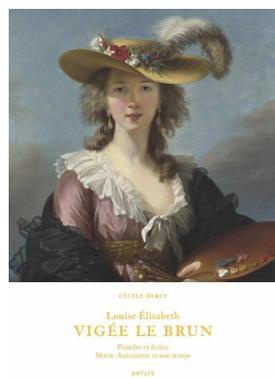
Larousse



Eyrolles



Citadelles & Mazenod



Artlys



## Annexe N° XXI

## Élisabeth Louise Vigée Le Brun, RMN

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>PLAT 1</b>		
<b>Titre</b>	Élisabeth Louise Vigée Le Brun	Nom et prénom de l'artiste
<b>Sous-titre</b>	–	Pas de mention des auteurs ou de problématisation
<b>Fond</b>	Elisabeth Louise Vigée Le Brun - <i>Gabrielle Yolande Claude Martine de Polastron, duchesse de Polignac</i> , détail, 1782	Œuvre célèbre de l'artiste -> Crédit de la couv en page de faux titre
<b>Autres mentions</b>	Logo RMN	
<b>PLAT 4</b>		
<b>Texte</b>	Texte sur 1/3 de la page : résumé de la vie de l'artiste et contexte historique, contenu de l'exposition	Très sobre, 4 paragraphes courts. Lien affirmé entre expo et catalogue, mentions des prêts des autres institutions (protocole musées)
<b>Fond</b>	Aplat de couleur bleue	Sobriété
<b>Autres mentions</b>	logo RMN / prix / code barres / codifs site internet rmngp.fr	Aucune information sur les auteurs
<b>DOS</b>		
<b>Texte</b>	Titre	
<b>Fond</b>	Même aplat de couleur bleue qu'en plat 4	Unité et sobriété
<b>Autres mentions</b>	Logo RMN	

FICHE TECHNIQUE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Format</b>	30 x 3,1 x 25,5 cm	Très grand livre
<b>Nombre de pages</b>	384 pages	
<b>Prix</b>	50 €	
<b>Impression et ISBN</b>	imprimerie Chirat à Saint-Juste-La-Pendue/ 978-2-7118-6228-3	Imprimé en France, coûts de production plus élevés, soutient à l'économie nationale.

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Principe graphique/ esthétique</b>	Jeu bichromie avec lettrines bleues, ton bleu clair, mise en valeur de certains textes, aérés dans la page, aplats de couleurs sur certaines pages,	Ligne conductrice de la mep, mimer le raffinement de l'époque de l'artiste, sentiment d'espace malgré contenu très dense. Livre d'Histoire de l'art mais aussi beau-livre, reproductions des œuvres en pleine page et détails
<b>SOMMAIRE</b>		
<b>Présentation</b>	Sur une page blanche/typo bleue et noire	Sobriété, sommaire dense donc aéré
<b>Organisation du livre</b>	4 parties : intro (23 pages, illustrée), essais (7, analysent l'œuvre, le contexte historique, mise en perspective avec l'époque), catalogue thématique ("Les proches", "La consécration", chronologique, suivi des salles de l'exposition) et annexes (carte des voyages, chronologie, notes, liste des œuvres, bibliographie, index des expositions de l'artiste, index)	Intro du commissaire de l'expo (Joseph Baillio), essais signés : Xavier Salomon, Pascale Gorguet Ballesteros, Katharine Baetjer, Stéphane Guégan, Paul Lang, Geneviève Haroche-Bouzinac
<b>PRÉFACE</b>		
<b>Auteur (s)</b>	Jean-Paul Cluzel - Président de la RMN-GP	
<b>Nature de la préface</b>	Sur une page, mention du caractère inédit de l'expo, brève bio de l'artiste, remerciements établissements prêteurs, remerciements commissaires	Ton institutionnel, prise de recul et analyse de l'expo, remerciements protocolaires
<b>IDENTITÉ DE(S) AUTEUR(S)</b>		
<b>Profession, bibliographie</b>	Joseph Baillio (historien de l'art) et Xavier Salmon (conservateur général du patrimoine, dir. du département des Arts graphiques du musée du Louvre)	

## Annexe N° XXII

*Souvenirs, Louise Elisabeth Vigée-Le Brun, Citadelles & Mazenod*

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>PLAT 1</b>		
<b>Titre</b>	Souvenirs	Titre des mémoires d'Elisabeth Vigée Le Brun
<b>Sous-titre</b>	–	
<b>Fond</b>	Imprimé tapisserie gris motifs rouges + vignette ovale avec un autoportrait de l'artiste (cartel en page de faux-titre : <i>Autoportrait au chapeau de paille</i> , après 1792)	Tableau célèbre, moment où l'artiste est reconnue
<b>Autres mentions</b>	Louise-Elisabeth Vigée-Le Brun + nom de l'éditeur en bas	Nom de l'artiste assimilé à nom d'auteur puisque les <i>Souvenirs</i> ont été écrits par l'artiste
<b>PLAT 4</b>		
<b>Texte</b>	–	
<b>Fond</b>	Même imprimé qu'en Plat 1 Pas de texte	Il semble que le titre de l'ouvrage se suffit à lui-même, livre pour des initiés qui connaissent ce texte.
<b>Autres mentions</b>	code barres/codifs. Pas de prix	Or livre au prix élevé, là encore signe qu'il s'adresse à un public de connaisseurs.
<b>DOS</b>		
<b>Texte</b>	Titre	
<b>Fond</b>	Même imprimé	
<b>Autres mentions</b>	Louise-Elisabeth Vigée-Le Brun + nom de l'éditeur en bas	

FICHE TECHNIQUE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Format</b>	20 x 3,5 x 25,5 cm	
<b>Nombre de pages</b>	516 pages	Livre volumineux, symbolique d'exhaustivité, format qui fait autorité.
<b>Prix</b>	59 €	Prix supérieur au catalogue d'expo

<b>Impression et ISBN</b>	- / 978-2-85088-643-0	
COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Principe graphique/ esthétique</b>	Illustré, insert de papier couché brillant pour les reproductions d'œuvres, 1 signet. Couverture matelassée. Mise en page très sobre, corps petit, peu de variation de typo.	Livre qualitatif, finitions luxe
<b>SOMMAIRE</b>		
<b>Présentation</b>	Pas de sommaire mais table des matières en fin d'ouvrage.	Le livre hybride : livre d'art/roman illustré. Le livre propose d'entrer dans l'œuvre de l'artiste pas ses propres textes et ses œuvres.
<b>Organisation du livre</b>	Préface/Souvenirs : 3 tomes/Notes/Table des matières/Crédits photos	Beaucoup de notes : travail documenté et de recherche, pas seulement publication du texte de l'artiste.
<b>PRÉFACE</b>		
<b>Auteur (s)</b>	Patrick Wald Lasowski	
<b>Nature de la préface</b>	Longue préface de 11 pages, non illustrée	Contenu historique, analyse, citation d'ouvrages contemporains à la vie de l'artiste, préface documentée, travail de recherche.
<b>IDENTITÉ DE(S) AUTEUR(S)</b>		
<b>Profession, bibliographie</b>	"professeur à l'université de Paris VIII-Vincennes-Saint-Denis, est l'un des plus éminent spécialiste du XVIII <sup>e</sup> siècle. Il a été responsable des deux volumes des <i>Romanciers libertins du XVIII<sup>e</sup> siècle</i> dans la Bibliothèque de la Pléiade (Gallimard). [...]"	Volonté de donner du crédit au contenu, auteur expérimenté, spécialiste du sujet, garantie de qualité

## Annexe N° XXIII

## Vigée Le Brun, Larousse

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>PLAT 1</b>		
<b>Titre</b>	Vigée Le Brun en majuscule, typo sans sérif.	Uniquement le nom de l'artiste, Comme Monet ou Picasso, nomination qui induit une artiste reconnue.
<b>Sous-titre</b>	–	Pas de mention des auteurs ou de problématisation.
<b>Fond</b>	4 œuvres : 1) 2/3 en haut ( <i>Marie-Antoinette à la rose</i> ). 2,3,4) en bas vignettes <i>Autoportrait ; Marie-Antoinette et ses enfants ; La Cantatrice Giuseppina Grassini dans le rôle de Zaïre</i>	4 tableaux de l'artiste, crédits en 4 <sup>e</sup> de couv. Reflet de ce pour quoi elle est connue : 2 portraits de Marie-Antoinette + un autoportrait pour illustrer son nom
<b>Autres mentions</b>	Nom de la maison d'édition	
<b>PLAT 4</b>		
<b>Texte</b>	1 citation de l'artiste, "Les femmes régnaient alors, la Révolution les a détrônées." + résumé de deux paragraphes au centre (1/2 page) : résumé de la vie de l'artiste, résumé des propos du livre.	Citation célèbre, texte didactique, pédagogique pour accompagner le lecteur
<b>Fond</b>	noir + une bande bleue	
<b>Autres mentions</b>	en haut titre « Vigée Le Brun » en lettres blanches en majuscules	Rien sur l'auteur
<b>DOS</b>		
<b>Texte</b>	Titre	
<b>Fond</b>	Fond noir	
<b>Autres mentions</b>	En haut logo « la semeuse » de la maison d'édition. En bas, nom de la maison	

FICHE TECHNIQUE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Format</b>	19,5 x 1,5 x 24 cm	Format moyen, transportable
<b>Nombre de pages</b>	128 pages	

<b>Prix</b>	12,90 €	Livre très accessible
<b>Lieu d'impression</b>	Espagne	
<b>ISBN</b>	978-2-03-591693-8	

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Principe graphique/ esthétique</b>	Corps assez gros, typo fantaisie.	Eléments qui dynamisent la lecture, distraient le lecteur.
<b>SOMMAIRE</b>		
<b>Présentation</b>	Page de gauche tableau pleine page, page de droite sommaire sur fond blanc.	Sommaire peu dense, corps de typo très grand
<b>Organisation du livre</b>	4 chapitres : La vie et l'époque/Les lieux : de Versailles à Vienne/Styles et technique/Les Chefs-d'œuvre + chronologie, glossaire et index des œuvres.	Peu de chapitres, organisation thématique. Chapitre 4 : succession des œuvres à la suite sans descriptif, panorama de l'œuvre de l'artiste. Vise plutôt un lectorat novice sur l'artiste.
<b>PRÉFACE</b>		
<b>Auteur (s)</b>	Pas de préface	
<b>Nature de la préface</b>		
<b>IDENTITÉ DE(S) AUTEUR(S)</b>	Johann Protais	
<b>Profession, bibliographie</b>	Johann Protais titulaire d'une agrégation d'Histoire, professeur d'Histoire et d'Histoire des arts en région parisienne. Auteur publié chez Larousse et Palette (pour un livre d'art jeunesse).	Auteur légitime, avec un bagage universitaire en Histoire et Histoire de l'art.

## Annexe N° XXIV

*Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun, Eyrolles*

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>PLAT 1</b>		
<b>Titre</b>	Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun	Nom et prénom de l'artiste/ Orthographe différente des autres livres
<b>Sous-titre</b>	–	
<b>Fond</b>	Autoportrait de l'artiste : <i>Autoportrait</i> , 1971 (cartel en page de garde arrière intérieure).	Œuvre moins connue, symbolique de l'autoportrait, l'artiste en train de peindre.
<b>Autres mentions</b>	Nom de l'auteur en haut + en bas logo Eyrolles	Mise en valeur du nom de l'auteur, affirmation de l'autorité d'auteur.
<b>PLAT 4</b>		
<b>Texte</b>	Court résumé, 1/5 de la page. Courte biographie et descriptif du livre comme "Complément utile de vos visites, réelles ou virtuelles". + 3 lignes sur l'auteur	S'affirme comme un concurrent du catalogue d'expo, et comme un guide de visite. Brève présentation de l'auteur.
<b>Fond</b>	Rouge foncé + en haut 3 vignettes, 3 œuvres de l'artiste (cartel en page de garde arrière intérieure).	Portraits peu célèbres (pas de Marie-Antoinette). De chaque côté : Portrait de la famille de l'artiste, positionne l'artiste dans sa figure de mère et au centre <i>Naiades</i> figures mythologiques. Art total du portrait : royal, familial...
<b>Autres mentions</b>	Site internet/nom du groupe d'édition + diffuseur Geodif/Prix/code barres et codif	
<b>DOS</b>		
<b>Texte</b>	Titre+logo+ nom de l'auteur	
<b>Fond</b>	Rouge foncé cf 4°	
<b>Autres mentions</b>	–	

FICHE TECHNIQUE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Format</b>	26,7 x 2,3 x 21 cm	Format transportable dans l'optique de l'utiliser pendant l'exposition.

<b>Nombre de pages</b>	192 pages	
<b>Prix</b>	22 €	Livre très accessible.
<b>Lieu d'impression</b>	Lettonie	Economie des coûts d'impression
<b>ISBN</b>	978-2-212-56328-3	

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Principe graphique/esthétique</b>	Mise en page simple, ouvertures dynamiques avec aplats de couleur rouge, quelques œuvres en double page	
<b>SOMMAIRE</b>		
<b>Présentation</b>	Page de gauche tableau pleine page avec marie-louise -> tableau légendé : cartel en bas de la page de droite. Page de droite sommaire sur fond blanc.	Œuvre célèbre de l'artiste, portrait de Marie-Antoinette, reflet de son œuvre, de sa célébrité.
<b>Organisation du livre</b>	Chronologie/4 chapitres : Les premières années ; Portraitiste ; L'exil ; Le retour en France/Conclusion/Biographie de l'artiste/Bibliographie/Table des illustrations.	Se veut exhaustif pas seulement livre d'images, œuvres légendées et paragraphes d'analyse ou de contexte historique et citation des "Souvenirs" de l'artiste
<b>PRÉFACE</b>		
<b>Auteur (s)</b>	Pas de préface	
<b>Nature de la préface</b>		
<b>IDENTITÉ DE(S) AUTEUR(S)</b>	Haldane Macfall	
<b>Profession, bibliographie</b>	<p>Selon le plat 4 : "officier, écrivain, critique d'art et artiste". Autres ouvrages cités : <i>L'histoire de la peinture ; Fragonard : ses chefs-d'œuvre en couleur ; Boucher, l'homme, son art et sa signification 1703-1770.</i></p> <p>Mention en page de faux-titre "Avec la collaboration de Sybille Bellamy-Brown, historienne de l'art, Chargée de cours à l'école du Louvre, conférencière nationale"</p>	<p>Résumé qui souhaite asseoir l'autorité de l'auteur son expertise, sa crédibilité.</p> <p>Volonté de garantir la qualité du contenu.</p>

## Annexe N° XXV

## Louise Elisabeth Vigée Le Brun, Artlys

COUVERTURE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>PLAT 1</b>		
<b>Titre</b>	Louise Elisabeth Vigée Le Brun	Nom et prénom de l'artiste, une nouvelle fois l'orthographe diffère.
<b>Sous-titre</b>	Peindre et écrire Marie-Antoinette et son temps.	Seul ouvrage du corpus à comporter un sous-titre.
<b>Fond</b>	Autoportrait de l'artiste	Pas de cartel pour préciser l'œuvre. (Il s'agit de : <i>Autoportrait au chapeau de paille</i> , après 1792). Choix d'un autoportrait semblable au catalogue et à l'affiche de l'exposition
<b>Autres mentions</b>	Nom de l'auteur + nom maison d'édition	Jaquette avec l'œuvre en pleine page + bandeau pour le texte. L'auteur est présente dès le plat + plat 4 + jaquette. Affirmation de l'autorité auctoriale.
<b>PLAT 4</b>		
<b>Texte</b>	Sur le bandeau (1/4 du livre) : résumé court de la vie de l'artiste, présentation de l'ouvrage, éloge de l'artiste.	Annonce un portrait de l'artiste construit et s'appuyant sur ses <i>Souvenirs</i> .
<b>Fond</b>	Jaune + tableau en vignette au centre	Portrait célèbre de <i>Portrait de Marie Antoinette en robe de mousseline dite 'à la créole', 'en chemise' ou 'en gaulle'</i> . Qui fit scandale à l'époque.
<b>Autres mentions</b>	Code barres/Codifs/nom Maison d'édition/Prix	
<b>DOS</b>		
<b>Texte</b>		
<b>Fond</b>	partie du tableau en 1 <sup>ère</sup> de couv se prolonge	
<b>Autres mentions</b>	Sur la jaquette nom de l'artiste et logo Maison	

FICHE TECHNIQUE	RELEVÉ	ANALYSE
<b>Format</b>	24,1 x 1,9 x 17,1 cm	Format livre d'essai illustré
<b>Nombre de pages</b>	188 pages	

<b>Prix</b>	25 €	Milieu de gamme
<b>Lieu d'impression</b>	-	
<b>ISBN</b>	978-2-85495-611-5	

COUVERTURE		RELEVÉ	ANALYSE
<b>Principe graphique/ esthétique</b>		Jaquette + bandeau + 6 pages de gardes avant et arrière avec des détails de tableau, variation de typos, mise en page très travaillée.	Livre à la fois sérieux et attrayant.
<b>SOMMAIRE</b>			
<b>Présentation</b>		Double page blanche : à gauche mentions de l'origine des textes <i>Souvenirs</i> et des œuvres présentes dans le livre. Sommaire sur fond blanc.	
<b>Organisation du livre</b>		Intro-préface, 3 chapitres : Une femme peintre au XVIII <sup>e</sup> siècle/Vigée Le Brun et Marie-Antoinette un couple mythique de l'Histoire de l'art/L'Ancien régime en portraits et en mots ; Sur la peinture du portrait ; Bibliographie.	Organisation thématique et problématisée, termine par la vision de l'artiste sur le portrait comme un manifeste. Livre d'Histoire de l'art documenté et analyse de l'œuvre de l'artiste. Texte des <i>Souvenirs</i> support pour retracer la monographie de la peintre.
<b>PRÉFACE</b>			
<b>Auteur (s)</b>		Cécile Berly	
<b>Nature de la préface</b>		Éloge de l'artiste, portrait de sa personnalité, ambitions du livre "Vigée Le Brun n'est pas seulement le peintre de Marie-Antoinette". Portrait d'un peintre et d'un écrivain.	Ne survole pas le propos, propose de traiter l'œuvre dans sa totalité pas seulement ce pourquoi l'artiste est célèbre.
<b>IDENTITÉ AUTEUR(S)</b>	<b>DE(S)</b>	Cécile Berly	
<b>Profession, bibliographie</b>		Historienne (cité dans le résumé) + mini bio dans le rabat de la jaquette "historienne, spécialiste de la Révolution française et du XVII <sup>e</sup> siècle" + mention de ses autres livres (4 dont 1 chez Perrin, 2 Citadelles & Mazenod)	Auteur spécialiste, crédible, mise en avant dans l'ensemble du paratexte.

**Annexe N° XXVI***Synthèse de l'analyse paratextuelle du corpus**Orthographe de l'identité de l'artiste en Plat 1*

RMN	Elisabeth Louise Vigée Le Brun
Artlys	Louise Elisabeth Vigée Le Brun
Citadelles & Mazenod	Louise-Elisabeth Vigée-Le Brun
Eyrolles	Louise-Elisabeth Vigée-Lebrun
Larousse	Vigée Le Brun

*Mentions de(s) l'auteur sur la couverture*

	Plat 1	Dos	Plat 4
RMN	NON	NON	NON
Artlys	OUI	NON	OUI
Citadelles & Mazenod	-	-	-
Eyrolles	OUI	OUI	OUI
Larousse	NON	NON	NON

*Prix des ouvrages et nombre de pages*

	Nbre de pages	Prix
RMN	384	50 €
Artlys	188	25 €
Citadelles & Mazenod	516	59 €
Eyrolles	192	22 €
Larousse	128	12,90 €

## **Résumé**

Les musées et les expositions sont devenus des éléments incontournables du paysage culturel. Le secteur du livre d'art qui fait face à une diminution de ses ventes, semble avoir fait de l'actualité muséale un sujet prégnant de ses programmes de publication. Ce mémoire a pour objectif de démontrer l'influence de l'actualité muséale sur les publications - sous toutes leurs formes - et d'interroger les tentatives des éditeurs d'art pour dépasser le temps éphémère de l'actualité et s'assurer un avenir pérenne.

**Mots-clés** : coédition, édition publique, politique culturelle, catalogue d'exposition, livre d'art

## **Abstract**

Museums and exhibitions are central components of the cultural landscape. The sales of art books are currently decreasing and the publishers seems to base their publications on museum news. This paper aims to demonstrate to what extent museums do have a significant influence on all sorts of art publications and how publishers try and go beyond the ephemeral time of news to ensure a secure future.

**Key-words** : co-publishing, public publishing, cultural policy, exhibition catalogue, art book